ESTIMATES

Industry Canada

2001-2002
Estimates

Part III – Report on Plans and Priorities

Canada

The Estimates Documents

Each year, the government prepares Estimates in support of its request to Parliament for authority to spend public monies. This request is formalized through the tabling of appropriation bills in Parliament. The Estimates, which are tabled in the House of Commons by the President of the Treasury Board, consist of three parts:

Part I – The Government Expenditure Plan provides an overview of federal spending and summarizes both the relationship of the key elements of the Main Estimates to the Expenditure Plan (as set out in the Budget).

Part II – The Main Estimates directly support the *Appropriation Act*. The Main Estimates identify the spending authorities (votes) and amounts to be included in subsequent appropriation bills. Parliament will be asked to approve these votes to enable the government to proceed with its spending plans. Parts I and II of the Estimates are tabled concurrently on or before 1 March.

Part III – Departmental Expenditure Plans which is divided into two components:

(1) **Reports on Plans and Priorities (RPPs)** are individual expenditure plans for each department and agency (excluding Crown corporations). These reports provide increased levels of detail on a business line basis and contain information on objectives, initiatives and planned results, including links to related resource requirements over a three-year period. The RPPs also provide details on human resource requirements, major capital projects, grants and contributions, and net program costs. They are tabled in Parliament by the President of the Treasury Board on behalf of the ministers who preside over the departments and agencies identified in Schedules I, I.1 and II of the *Financial Administration Act*. These documents are to be tabled on or before 31 March and referred to committees, which then report back to the House of Commons pursuant to Standing Order 81(4).

(2) **Departmental Performance Reports (DPRs)** are individual department and agency accounts of accomplishments achieved against planned performance expectations as set out in respective RPPs. These Performance Reports, which cover the most recently completed fiscal year, are tabled in Parliament in the fall by the President of the Treasury Board on behalf of the ministers who preside over the departments and agencies identified in Schedules I, I.1 and II of the *Financial Administration Act*.

The Estimates, along with the Minister of Finance's Budget, reflect the government's annual budget planning and resource allocation priorities. In combination with the subsequent reporting of financial results in the Public Accounts and of accomplishments achieved in Departmental Performance Reports, this material helps Parliament hold the government to account for the allocation and management of public funds.

As part of its ongoing efforts to streamline reporting requirements, the Treasury Board of Canada Secretariat has requested that Industry Canada and thirteen other departments explore alternative reporting structures to this year's *Report on Plans and Priorities*. It has, therefore, exempted the department from the usual guidelines for the preparation of this report.

© Her Majesty the Queen in Right of Canada, represented by
the Minister of Public Works and Government Services, 2001

Available in Canada through your local bookseller or by mail from
Canadian Government Publishing (PWGSC)
Ottawa, Canada K1A 0S9

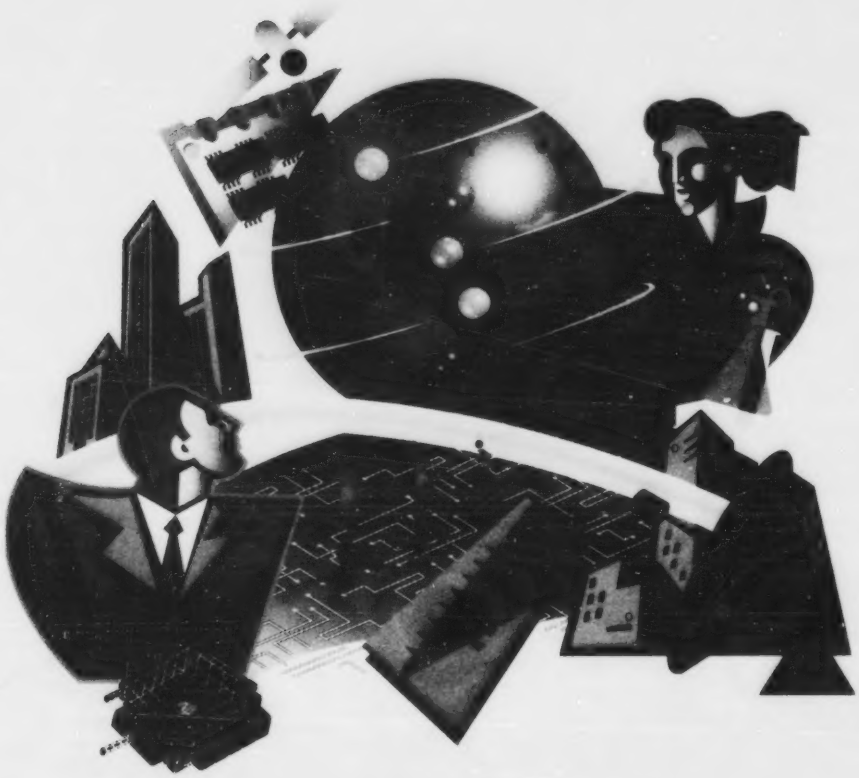
Telephone: 1-800-635-7943
Internet site: http://publications.pwgsc.gc.ca

Catalogue No. BT31-2/2002-III-61

ISBN 0-660-61492-8

Industry Canada Industrie Canada

2001-02 Estimates



Report on Plans and Priorities

Minister of Industry

Contents

Section 1: Minister's Portfolio Message 1

Section 2: Industry Canada — Making a Difference

A. What's New 3
B. Industry Canada's Business: Growing a Dynamic Economy 5
C. Industry Canada: Outreach to Stakeholders, Clients and Citizens 10
D. Management Initiatives 12
E. Planned Spending and Full Time Equivalents 14

Section 3: Industry Canada — Adding Value

A. Summary of Priorities and Expected Results 15
B. Industry Canada's Plan for Adding Value 16
   Innovation 16
   Connectedness 21
   Marketplace 28
   Investment 36
   Trade 43
C. How Industry Canada Contributes to *Results for Canadians* 48
   Citizen-Centred Service Delivery 48
   Government of Canada On-Line 49
   Modern Comptrollership 50
   Improved Reporting to Parliament 50
   Program Integrity 51
   Developing an Exemplary Workplace 52

Section 4: Joint Initiatives

A. Horizontal Initiatives 53
   Significant Regulatory Proposals 53
   Sustainable Development Strategy 53
B. Collective Initiatives 58

Section 5: Financial Information

5.1 Summary of Transfer Payments by Business Line 67
5.2 Details on Transfer Payment Programs 68
5.3 Source of Respendable and Non-Respendable Revenue 69
5.4 Net Cost of Program for the Estimates Year 70
5.5 Revolving Fund Financial Statements — Canadian Intellectual Property Office (CIPO) Revolving Fund Statement of Operations 70
5.6 Revolving Fund Financial Statements — Statement of Changes in Financial Position 71
5.7 Revolving Fund Financial Statements — Projected Use of Authority 71
5.8 Loans, Investments and Advances 71

Section 6: Supplementary Information

6.1 Industry Portfolio Organizational Structure 73
6.2 Industrial and Regional Development Program 74
6.3 Objectives of Industry Canada's Active Grants and Contributions Programs 74
6.4 Acts 80
6.5 Industry Canada Contacts 82
6.6 Industry Canada's Regional Offices 84
6.7 International Trade Centres 85
6.8 Canada Business Service Centres 86

Appendix A

Industry Canada Crosswalk: Strategic Objectives to Business Lines 87

Appendix B

Management Representation 95

Appendix C

Web Sites Mentioned in the Report on Plans and Priorities 97

Index 101

Section 1: Minister's Portfolio Message

Our vision of Canada is a country that is strong and dynamic, a leader in the global, knowledge-based economy — a country where all Canadians have the opportunity to benefit from economic and social prosperity.

That is why the government is investing in knowledge and innovation — fundamental contributors to our quality of life. Through strategic investments in skills development, knowledge creation and new technologies, the government is committed to expanding Canada's knowledge base and innovation and research capacity, and accelerating Canada's leadership in the new economy.

The government's strategy of investing in knowledge and innovation is already helping to create new businesses, products, processes and jobs. The 15 organizations within the Industry Portfolio contribute to economic growth, which leads to a higher quality of life and social well-being for all Canadians.

With over 40 percent of the federal government's science and technology funding and many of the key micro-economic levers at its disposal, the Industry Portfolio is instrumental in promoting innovation through science and technology; helping small and medium-sized enterprises grow; encouraging trade and investment; and promoting economic growth in Canadian communities.

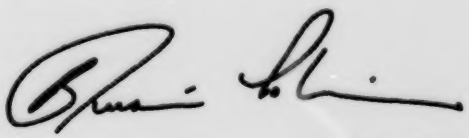
I am pleased to present the Report on Plans and Priorities for Industry Canada, which describes for Canadians the expected achievements over the next three years. These plans illustrate how Industry Canada will contribute to the government's objectives, as outlined in the Speech from the Throne, to make Canada one of the most innovative countries in the world, position Canada as one of the most attractive places in which to invest and improve Canada's status as the most connected nation in the world. Industry Canada will also work to promote trade and to ensure that marketplace frameworks are world-class. This report illustrates how Industry Canada will achieve these objectives and make a difference for Canadians.

Through organizations like Industry Canada, we will work together to build on the strengths and opportunities that exist throughout Canada.

The Industry Portfolio is...

- Atlantic Canada Opportunities Agency
- Business Development Bank of Canada*
- Canada Economic Development for Quebec Regions
- Canadian Space Agency
- Canadian Tourism Commission*
- Competition Tribunal
- Copyright Board Canada
- Enterprise Cape Breton Corporation*
- Industry Canada
- National Research Council Canada
- Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada
- Social Sciences and Humanities Research Council of Canada
- Standards Council of Canada*
- Statistics Canada
- Western Economic Diversification Canada

*Not required to submit Reports on Plans and Priorities.



Brian Tobin
Minister of Industry

Section 2: Industry Canada — Making a Difference

A. What's New

As described in the Speech from the Throne, the government's objectives are to make Canada one of the most innovative countries in the world, position Canada as one of the most attractive places in which to invest, improve Canada's status as the most connected nation in the world and develop the full potential of Canadian citizens. Industry Canada and the Industry Portfolio are expected to play a leading role in achieving these objectives.

The Prime Minister's reply reinforced these objectives, describing the connection between economic and social policy:

> We need literate, skilled, educated, healthy people to be a world-leading economy. But this in turn requires a truly inclusive society. We cannot separate social and economic priorities. Just as a strong economy allows us to pursue our social values, an inclusive society is a prerequisite to a strong economy.

This suggests that, while there is a great deal of support for additional investments in the micro-economic agenda, we are also being challenged to demonstrate how these investments will benefit individual Canadians.

The government will develop a comprehensive strategy to improve Canada's economic performance and Canadians' quality of life through increased innovation by business, government, the research community and individual Canadians.

The strategy will propose key investments in research and development (R&D), infrastructure and the people required to make Canada one of the most innovative economies in the world. It will also propose policy measures to improve the business climate for innovation, and to enable Canada to attract and retain the cadre of skilled workers and entrepreneurs so critical to our success as a nation.

This concentrated approach will support the creative efforts of the innovation community to improve our innovation performance and maintain Canada as a smart nation in the global, knowledge-based economy.

Key Initiatives

The Speech from the Throne indicated that the government is committed to *making Canada one of the most innovative countries in the world.* It highlighted the government's intent to work in partnership with provincial/territorial governments, businesses, educational institutions and individual Canadians to help Canada become, by 2010, one of the top five countries in terms of the performance of R&D, by

- at least doubling federal expenditures on R&D;
- strengthening the research capacity of Canadian universities and government laboratories and institutions;
- accelerating Canada's ability to commercialize research discoveries;
- pursuing a global strategy for Canadian science and technology (S&T);
- strategically targeting new investments in research (e.g. in life sciences); and

- increasing support for the development of new technologies to assist Canadians with disabilities.

In his response, the Prime Minister indicated that the government will increase its investments in the granting councils and Genome Canada, and ensure that universities have the resources necessary to fully benefit from federally sponsored research.

The Speech from the Throne recognized that economic success depends on human talent. The government will therefore provide Canadians with *more opportunities and resources for learning*, by

- helping young Canadians gain employment and apply their business and creative skills;
- working with Aboriginal people to strengthen their entrepreneurial and business expertise;
- creating Registered Individual Learning Accounts to help Canadians finance their learning needs;
- improving the loans that are available to part-time students, so more workers can learn while they earn; and
- working with the provinces and territories to attract skilled immigrants.

The goal is for at least 1 million people to take advantage of increased learning opportunities over the next five years. The Prime Minister's response also added a new target: "to have the most skilled and the most talented labour market force anywhere." In this context, the Prime Minister noted that "our most important investments are the investments we make in people."

In terms of *making Canada the most connected nation in the world*, the Speech from the Throne indicated that the government will

- continue to support the Community Access Program and SchoolNet;
- enhance SchoolNet to create more on-line learning content;
- work toward putting its services on-line by 2004 to better connect with Canadians;
- modernize federal privacy law to safeguard the personal information of Canadians and provide better copyright protection for new ideas and knowledge;
- respond to the advice of a National Broadband Task Force on how to make broadband access widely available to citizens, businesses, educational institutions and all communities in Canada by 2004;
- continue to support the development of digital content for the Internet in both official languages; and
- contribute to closing the global digital divide.

In its effort to make Canada one of the most attractive places in the world in which to invest and do business, the government will *promote trade and investment and ensure that marketplace framework laws are world-class*. The Speech from the Throne noted that, as of January 1, 2001, the government had implemented the largest-ever tax cut package for individuals, entrepreneurs and corporations. In addition, the government will

- work with the new U.S. administration to maintain secure and efficient access for both countries to each other's markets;
- continue to modernize the shared border;

- ensure that Canadian laws and regulations, including intellectual property and competition laws, remain among the most modern and progressive in the world;
- launch an investment branding strategy;
- continue Team Canada trade missions; and
- launch Investment Team Canada missions to the United States and Europe.

The following announcements flow from the fall 2000 budget update:

- a $500-million grant for the Canada Foundation for Innovation (CFI);
- an allocation to the Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC) of $100 million over five years to support research for the knowledge economy; and
- tax relief measures to encourage jobs and growth.

B. Industry Canada's Business: Growing a Dynamic Economy

Industry Canada's Mandate

Industry Canada's mandate is to help make Canadians more productive and competitive in the knowledge-based economy, thus improving the standard of living and quality of life in Canada. The Department's policies, programs and services help grow a dynamic and innovative economy that

- provides more and better-paying jobs for Canadians;
- supports stronger business growth through continued improvements in productivity and innovation performance; and
- gives consumers, businesses and investors confidence that the marketplace is fair, efficient and competitive.

The Department fulfils this mandate by developing effective micro-economic policies and through programs and services directly aimed at Canadian businesses and consumers across the country. Industry Canada works in partnership with industry, universities, colleges, non-governmental organizations (NGOs), other members of the Industry Portfolio, other government departments, and provincial and territorial governments.

The Challenge of Building a Dynamic Economy

Recent Performance

Over the past few years, Canada has been successfully addressing critical structural issues that once limited our competitiveness with the rest of the world. Canada now has a budgetary surplus, low inflation and interest rates, decreases in debt relative to gross domestic product (GDP), more exports that are knowledge-based, and an economy that is one of the most open in the world.

Through to December 2000, Canada had experienced 21 consecutive quarters of economic growth, the longest uninterrupted string of advances since the mid 1960s. During the 1995–99 period, real investment in machinery and equipment increased by 14.3 percent per year. Investment in information and communications technology (ICT) — the driver of the new economy in the United States — grew even faster at an annual rate of 26.4 percent. Most recent figures suggest that economic expansion continues at a steady and more sustainable pace of growth. Even so, there are a number of economic realities that pose significant challenges for Canada over the medium term.

Sharing a Common North American Economic Space

The dominant competitive reality for Canada is the openness of its economy to the world and, in particular, to the pervasive influence of the largest and most dynamic knowledge economy in the world — the United States. Canada also shares a common North American economic space with our other North American Free Trade Agreement (NAFTA) partner, Mexico, which is an increasingly strong competitor in the rich American marketplace.

In order for Canada to achieve economic success in both the North American and global marketplaces, we must improve our productivity performance and invest in knowledge creation (including skills for the knowledge economy). In these areas, Canada cannot afford to be as good as our main competitors, including the United States — we must be better.

Productivity Performance Remains Key

Productivity growth is a fundamental driver of standard of living and quality of life. Higher productivity and the resulting higher income afford Canada the scope to provide services that sustain our productive potential, achieve sustainable development objectives and support social programs that enhance our quality of life.

For the past several decades, Canada's productivity performance relative to other Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) countries has been lagging. Within a North American context, Canada has operated at productivity levels between 15 and 20 percent below those of the United States. This productivity performance has been a key factor behind the differences in incomes that exist between the two countries.

The steps that have been taken since 1994 to inject greater dynamism into our economy are paying off. The latest productivity figures for Canada are encouraging, showing the pace of productivity growth in Canada is rising. A recent Conference Board of Canada study finds that the recent surge in information technology investment in Canada has made a significant contribution to both labour productivity and output growth over the past decade. However, Canadians cannot afford to be complacent. Challenges remain. More needs to be done to ensure that Canada's productivity performance continues to improve.

Investing in the Knowledge-Based Economy

Improving productivity growth in Canada's knowledge economy, both today and tomorrow, requires a persistent effort from Canadian businesses, governments, communities and individuals.

In recent years, significant progress has been made in promoting the knowledge creation and innovation in Canada that are essential to a successful knowledge economy. However, Canada still needs to do more. For example, as pointed out in the OECD 2000 Economic Survey of Canada, Canada devotes a relatively small share of GDP to R&D spending (about 1.6 percent of GDP compared with an OECD average of 2.2 percent). Therefore, the government is committed to helping Canada rank among the top five countries in terms of R&D performance by 2010, by at least doubling federal expenditures on R&D.

www.ic.gc.ca

In the global knowledge economy, it is people and their skills and imagination that provide the basis for an innovative and productive economy. Canada faces a number of different challenges in meeting the demand for highly qualified persons. Over the next few decades, Canada is expected to experience a reduced rate of growth in the youth cohort, an ageing work force, and large-scale retirement. In addition, the competition for highly qualified people is becoming international in character.

To meet these challenges, Canadians must take advantage of opportunities for lifelong learning and the acquisition of new skills, particularly with respect to digital literacy, ongoing training and skills enhancement in the workplace and through the new educational channels opened up by on-line learning. Businesses too have a key role in providing quality workplace training and development opportunities for Canadians. Canada must create the opportunities here at home to make Canada the best place for people to live and work in the 21st century.

Information and communications technologies (ICTs) continue to transform our economy and society. Just as electricity radically transformed our economy and society in the early 20th century, ICTs are transforming the basis of our current society from physical assets to knowledge, networks and services. Connectedness is a key determinant of competitiveness, and to succeed in the knowledge economy, it is essential that all Canadians are able to benefit from the power of these technologies and new applications such as on-line learning, telehealth, e-commerce and on-line government. To that end, Canada is continuing to build a solid base for becoming the most connected country in the world.

> "With regard to broadband Internet services, the benefits are such that Canada should settle for nothing less than a national 'reach' comparable with our telephone and electricity infrastructures."
>
> — The Conference Board of Canada, *Canada Wins Silver in the Race for Connectedness* January 2001.

A More Entrepreneurial Business Climate

Canada must also have the most up-to-date and innovative marketplace laws and services in order to enhance the economy's productivity capacity and address the digital environment. Fair, efficient and modern marketplace framework laws and regulations also facilitate competitiveness and entrepreneurship. Because Canadian business needs to compete on an international level, effort is needed to ensure that legislation and regulation do not disadvantage business, consumers and investors, but rather contribute to a healthy Canadian economy.

While many of the elements to foster a healthy Canadian economy are already in place, there is a need to improve business opportunities in Canada for creating wealth through the knowledge economy, and to encourage renewed dynamism in Canada's business sector. An entrepreneurial business climate is essential for Canada to become the location of choice for businesses and investors. Openness to trade and investment provides markets for our exports and sources of investment in our capital base, both of which are key to improving productivity. This openness also facilitates the transfer of technology and knowledge workers, key elements of a knowledge-based economy.

Where Industry Canada Adds Value

With its partners and stakeholders, Industry Canada is increasing its efforts to help Canadians build a more dynamic economy and improve the climate for higher productivity, economic growth and job creation in Canada, through its focus on five strategic objectives.

Innovation: Improving Canada's innovation performance

The importance of innovation to the current and future economy cannot be overestimated. It is a crucial ingredient that enables Canadians to become more productive. The creative spark of innovation results in new tools and techniques that more effectively transform our inputs into more and better outputs. As simple as it sounds, the improvements to productivity must begin with the capability to innovate on existing methods or to create entirely new ones.

This is why one of Industry Canada's main objectives is to improve Canada's innovation performance through the increased recognition of innovation, the expansion of our knowledge base, a higher level of commercialization and adoption of innovative products and services, and increased development and application of eco-efficient practices and technologies. With a heightened sense of innovation and its greater application in the economy, the benefits of productivity, primarily a higher standard of living and quality of life, will result for Canadians.

Connectedness: Making Canada the most connected country in the world

Making sure that Canadians can access opportunities offered by the knowledge economy is an essential factor in sustaining productivity growth and quality of life for all Canadians. It is transforming all aspects of our lives — how we communicate, learn, work and play. Connectedness can bring Canadians together, facilitate lifelong learning, enhance health care in remote areas, raise industrial productivity, and increase speed and access to domestic and global markets. Its effects will be felt in all industrial sectors, traditional as well as new, in all communities, regardless of location, and by all Canadians, whatever their stage of life. Canada must build on our strengths and capitalize on the enormous potential of a knowledge-based economy and society.

> "Canada is well positioned to be a leader in the Internet economy, given its sophisticated infrastructure, its highly connected population and its early Internet policy initiatives."
>
> — *The Canadian E-Business Opportunities Roundtable* January 2000.

Industry Canada contributes to this effort by making sure that Canadians have affordable access to the Information Highway through the Connecting Canadians initiative. Its ongoing goal is to make Canada the most connected country in the world. As part of this ambitious project, a related goal is to make Canada a location of choice for the development of e-commerce products and services, which will attract investment and stimulate innovation throughout the economy.

Marketplace: Building a fair, efficient and competitive marketplace

To contribute to productivity growth and overall economic well-being, Industry Canada is committed to ensuring that Canada's marketplace framework instruments, and associated services and products, are geared to making Canada a leader in the global, knowledge-based economy. A fair, efficient and competitive marketplace is essential to attracting investment, enhancing trade and encouraging innovation. It provides the stability required to conduct business, while maintaining consumer confidence in the products, services and transactions of the marketplace.

Industry Canada is responsible for the marketplace frameworks that directly affect Canada's ability to be in the forefront of the knowledge-based economy, including intellectual property, competition law and consumer protection frameworks, among others.

Investment: Improving Canada's position as a preferred location for domestic and foreign investment

Attracting and retaining international investment is critical to Canada's economic performance. Canada's inward stock of foreign direct investment (FDI) reached $240 billion in 1999, an increase of 165 percent compared with its level in 1985. However, our share of the inward stock of FDI in the NAFTA region declined from 24 percent in 1985 to 12 percent in 1999. This trend reflects intense competition in the pursuit of FDI worldwide.

In the new economy, international investors are making their investment decisions based increasingly on factors such as the availability of skilled labour, sound infrastructure facilities and an innovative, dynamic economy. Canada already ranks well in terms of many of these factors, but more needs to be done. In particular, we need to acknowledge that Canada must do better than our main competitor for international investment, the United States. Industry Canada is therefore working to improve Canada's relative attractiveness to foreign investors, and branding Canada as the preferred location for domestic and foreign investment in the 21st century.

Trade: Working with Canadians to increase Canada's share of global trade

Exploiting our global trade opportunities is key to reaping the rewards of our productive effort. Canada is the most open of the G-7 countries, and we rely on trade for jobs and growth more than any other industrialized country does. However, there are still major challenges to overcome. We must take full advantage of international business prospects, while minimizing risk in a rapidly changing global economy. Opportunities to address these challenges exist in the growing global markets for knowledge-intensive products and services. Industry Canada is working to foster an orientation to these global markets, and to encourage more companies to make their products and services export-ready.

Industry Canada and Sustainable Development

In 1997, Industry Canada published its first-ever sustainable development strategy, which served as a vehicle for learning and discovering how to effectively advance environmental, economic and social objectives — the triple bottom line of sustainable development. Lessons were learned and these have served as a solid basis for developing the architecture of the Department's second strategy, which emphasizes a commitment to pragmatic leadership and effective partnerships.

Industry Canada's Sustainable Development Strategy Objectives 2000–03

Productivity Through Eco-Efficiency

Enhance the capacity of Canadians, industries and firms to develop and use eco-efficient practices, tools, technologies and products that contribute to increased productivity and environmental performance.

Environmental Technologies

Facilitate the development and diffusion of environmental and enabling technologies that produce long-term economic and environmental benefits.

Integrating Sustainable Development into Decision Making

Improve the integration of sustainable development objectives into decision making, including the development and delivery of departmental policies, plans and operations.

Industry Canada's Sustainable Development Strategy for 2000–03 reflects the Department's overall responsibilities to create a more competitive, knowledge-based economy that provides growth in employment and income. It also reflects the view that productivity, innovation, jobs and income growth enable us to sustain our productive potential; address social, economic and environmental issues; and support programs that enhance our quality of life.

C. Industry Canada: Outreach to Stakeholders, Clients and Citizens

Building a dynamic and innovative economy, and ultimately, making a difference in the standard of living and quality of life of Canadians, is a shared enterprise. Governments must work in partnership with business, learning institutions, other governments, and individual Canadians in developing responsive policies, programs and services.

Industry Canada places a priority on consultations and outreach activities, including federal-provincial/territorial dialogue and collaboration. The Department creates opportunities to meet, consult and converse with key clients and stakeholders on shared priorities. This process of outreach and dialogue supports the exchange of timely and relevant information on a variety of economic challenges and opportunities which, in turn, leads to a refinement of the Department's activities.

The Department recognizes the emergence of citizen engagement initiatives as a pillar of the public sector decision-making process. A number of national consultations on key micro-economic policy issues will provide a basis for the Department and its partners to engage in a dialogue focussed on the attainment of shared objectives. Sustained dialogue with Canadians in all parts of the country is an important element of Canada's success as a knowledge economy.

strategis.gc.ca

Canada's Business and Consumer Site

Industry Canada On-Line

Aboriginal Business Canada
http://strategis.gc.ca/abc

Canadian Business Map
http://commercecan.ic.gc.ca

Canadian Company Capabilities
http://strategis.gc.ca/cdncc

Canadian Industry Statistics
http://strategis.gc.ca/cis

Consumer Information
http://strategis.gc.ca/consumer

Contact!
http://strategis.gc.ca/contact

Electronic Commerce in Canada
http://strategis.gc.ca/e-com

e-START.ca
Strategis for Students
http://strategis.gc.ca/e-start.ca

FedNor
http://strategis.gc.ca/fednor

Guide to Canadian Industries
http://strategis.gc.ca/gci

Investment
http://investincanada.gc.ca

Research, Technology and Innovation
http://strategis.gc.ca/innovation

$ources of Financing
http://strategis.gc.ca/sources

Steps to Competitiveness
http://strategis.gc.ca/steps

Steps to Growth Capital
http://strategis.gc.ca/growth

Technology Partnerships Canada
http://tpc.ic.gc.ca

Technology Roadmaps
http://strategis.gc.ca/trm

Trade Data Online
http://strategis.gc.ca/tdo

Services and Regulations

Canadian Intellectual Property Office
http://cipo.gc.ca

Competition Bureau
http://competition.ic.gc.ca

Corporations Directorate
http://strategis.gc.ca/corporations

Lobbyists Registration System
http://strategis.gc.ca/lobbyist

Measurement Canada
http://strategis.gc.ca/meascan

Office of the Ethics Counsellor
http://strategis.gc.ca/ethics

Office of the Superintendent of Bankruptcy Canada
http://osb-bsf.ic.gc.ca

Radio Spectrum Management and Telecommunications
http://strategis.gc.ca/spectrum

The Department has become a leader in providing client-focussed services and leading-edge information products. BusinessGateway.ca (**http://businessgateway.ca**) is a partnership initiative to provide streamlined access to all federal information, forms, programs and services for Canadian business. The network of Canada Business Service Centres (CBSCs), a partnership of federal departments and the provinces and territories, provides an integrated access point for information on business programs, services and regulations. Leading-edge Internet services such as *Strategis* (**http://strategis.gc.ca**), *ExportSource* (**http://exportsource.gc.ca**), and the CBSC site (**http://www.cbsc.org**) provide businesses and individuals with strategic information services 24 hours a day, seven days a week. Industry Canada's Canadian Consumer Information Gateway (**http://www.consumerinformation.ca**), a Government On-Line initiative led by Industry Canada's Office of Consumer Affairs, gives fast and easy access to all the consumer information provided by the Government of Canada and its partners.

Employees working in Industry Canada's five main regional offices and local service points, located in 50 communities, help to deliver all of the Department's products and services, and provide an important regional dimension to address the unique issues and concerns of the Department's diversified client base.

D. Management Initiatives

Like all other federal departments and agencies, Industry Canada is developing and implementing new policies and procedures that respond to government-wide and departmental initiatives. The following are examples of some of the initiatives under way (*see also Section 3C*).

- Industry Canada, through the Office of the Ethics Counsellor, promotes a high standard of public service by ensuring that all public office holders in the federal government are in compliance with the Conflict of Interest and Post-Employment Code for Public Office Holders. The Office of the Ethics Counsellor is also responsible for the parliamentary review of the *Lobbyists Registration Act* and for the preparation of a report to the House of Commons. The Standing Committee on Industry will be reviewing the administration and operation of the *Lobbyists Registration Act*, following which the Minister will put his recommendations for amendments to the Act before a Cabinet committee.
- As part of Industry Canada's support of section 41 of the *Official Languages Act*, and as a result of an internal review, a comprehensive long-term departmental strategy is being developed in 2001–02 to increase participation in Industry Canada's programs and services by Canada's official language minority communities. Connectedness will be a major element of the strategy, which will be linked to the priorities established by the communities. Further, for the first time, French on the Internet will be integrated in a five-year action plan as a key instrument to support the communities in accessing information for decision making and new technologies.

- Industry Canada is developing a communications and marketing policy that seeks to enhance the ability to measure and coordinate varied communications and marketing activities across the Department. The expected result is a strengthened capacity to communicate with Canadians about the Department's priorities, and to demonstrate Industry Canada's contribution to the Government of Canada's broad agenda for Canadians.
- Accessing the Department of Justice Canada's expertise, Industry Canada Legal Services provides a full range of legal services in the areas of competition, commercial bankruptcy and insolvency, corporations and corporate governance, telecommunications, intellectual property, and Crown law. This includes assisting in investigations and conducting civil and criminal litigation. Further, the Information and Privacy Rights Administration of Industry Canada ensures the delivery of high-quality and timely responses to formal access to information and privacy requests. A dedicated Access to Information and Privacy Web site provides the public with interactive, on-line services (**http://www.ic.gc.ca/atip**).

E. Planned Spending and Full Time Equivalents

Departmental Planned Spending				
(millions of dollars)	Forecast Spending 2000–2001*	**Planned Spending 2001–2002**	Planned Spending 2002–2003	Planned Spending 2003–2004
Budgetary Main Estimates (gross)	1,255.5	**1,318.2**	1,340.7	1,074.2
Non-Budgetary Main Estimates (gross)	0.8	**0.8**	0.8	0.8
Less:				
Respendable revenue	87.4	**112.5**	118.5	123.8
Total Main Estimates	**1,168.9**	**1,206.5**	**1,223.0**	**951.2**
Adjustments	106.2	**60.5**	103.8	80.8
Net Planned Spending	**1,275.1**	**1,267.0**	**1,326.8**	**1,032.0**
Less:				
Non-respendable revenue	1,759.2	**266.0**	265.9	265.8
Plus:				
Cost of services received without charge	60.0	**58.5**	58.3	58.4
Net Cost of Program	**(424.1)**	**1,059.5**	**1,119.2**	**824.6**
Full Time Equivalents	**5,179**	**5,620**	**5,622**	**5,623**

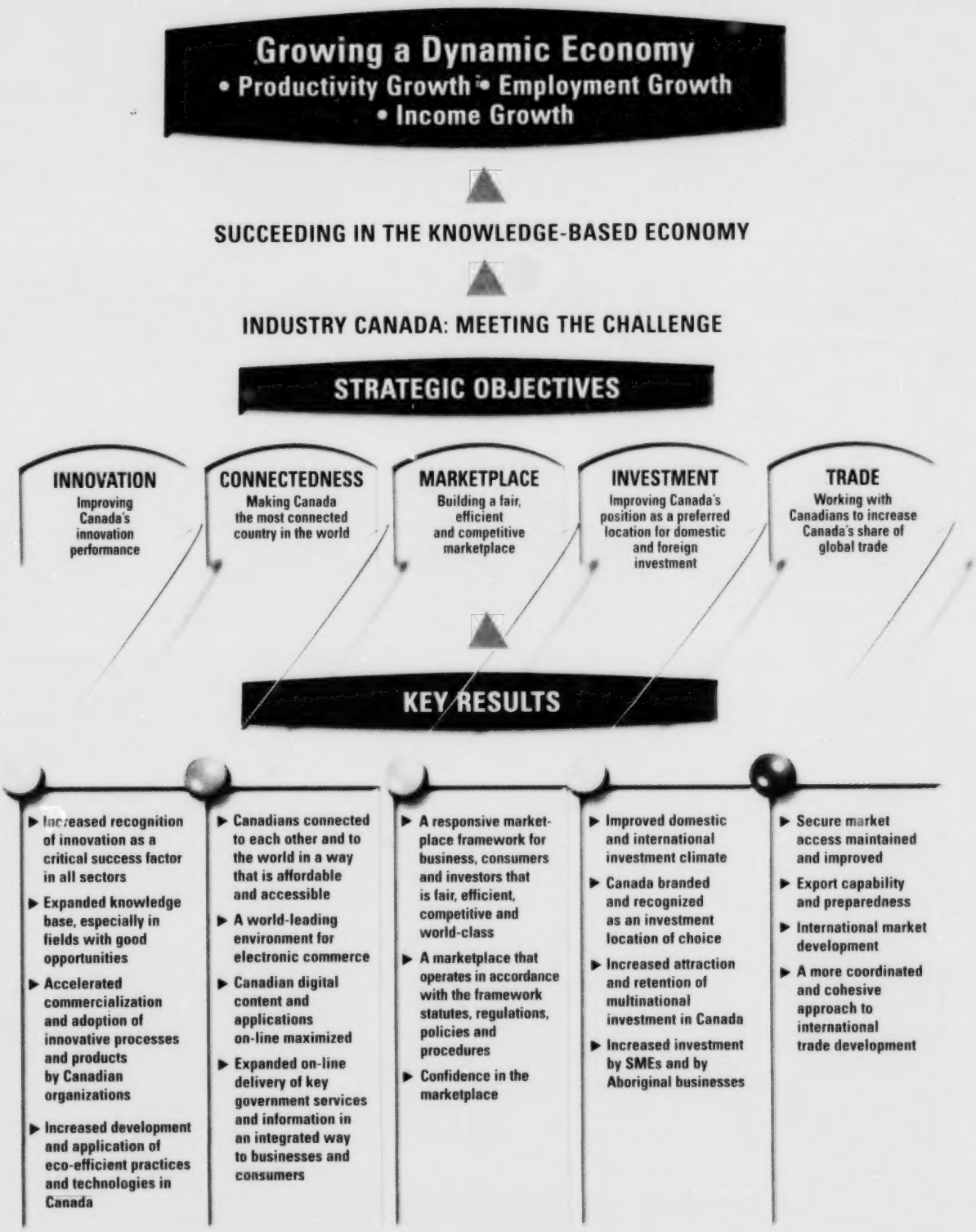
* Reflects the best forecast of total net planned spending to the end of the fiscal year.

Net Planned Spending by Business Line				
(millions of dollars)	Forecast Spending 2000–2001*	**Planned Spending 2001–2002**	Planned Spending 2002–2003	Planned Spending 2003–2004
Micro-Economic Policy	45.7	**47.2**	43.4	43.1
Marketplace Rules and Services	118.8	**108.9**	105.4	102.6
Industry Sector Development	921.9	**1,008.6**	1,078.8	787.2
Tourism**	80.3	**0.0**	0.0	0.0
Corporate and Management Services	108.4	**102.2**	99.2	99.2
Net Planned Spending	**1,275.1**	**1,267.0**	**1,326.8**	**1,032.0**

* Represents the best available estimate of spending to year-end.
** Tourism transferred out pursuant to the *Canadian Tourism Commission Act.*

Section 3: Industry Canada — Adding Value

A. Summary of Priorities and Expected Results



B. Industry Canada's Plan for Adding Value

INNOVATION: Improving Canada's innovation performance

The Importance of Innovation

Innovation is a crucial ingredient of productivity growth. The creative spark of innovation results in new tools and techniques that more effectively transform our inputs into more and better outputs. As simple as it sounds, improvements to productivity must begin with the capability of innovating on existing methods and creating entirely new ones. With a heightened sense of innovation and its greater application in the economy, Canadians will reap the benefits of productivity — a higher standard of living and quality of life.

Innovation is the key to productivity growth in all sectors of our economy and society, from resource to service industries, from traditional manufacturing to high technology, and from government departments to hospitals, educational institutions and social service agencies. Increased productivity in turn leads to a more dynamic economy with a higher standard of living that supports our quality of life. To achieve these goals, we must create opportunities for innovation and excellence that challenge Canadians and attract the best from around the world.

Canada's innovation performance hinges on our ability to learn new skills, adapt to new conditions, create new ideas, make new discoveries and seize new opportunities. By successfully addressing these challenges, Canada will build an improved capacity to provide meaningful employment, create a level playing field and promote sustainable development.

The Innovation Challenge

Studies by the OECD suggest that an "innovation gap" separates Canada from our competitors. Spending on R&D in the business sector, as a percentage of GDP, is higher in most G-7 countries than in Canada, despite our generous tax incentive program. Canada has a smaller proportion of high-technology manufacturing compared with other G-7 countries. Canadian firms, especially small and medium-sized enterprises (SMEs), are slower than their U.S. counterparts in adopting leading-edge methods and processes. These conditions hamper our relative productivity performance and international competitiveness.

The innovation gap has been reduced in recent years. Among G-7 countries, Canada has the fastest growth rate in terms of workers devoted to R&D and external patent applications. Expenditures in R&D have increased at an impressive pace — second among the G-7. Since 1981, growth in Canada's innovation capacity has grown faster than that of the United States. But Canada has started from a lower base than most G-7 countries, particularly the United States. In many respects, a gap still remains.

Industry Canada's Response

The keys to tomorrow's productivity gains are founded in choices made today. In order to reduce the innovation gap, one of Industry Canada's five strategic objectives focusses entirely on strengthening the elements that foster innovation. The Department has worked to promote the adoption of an "innovation culture," revitalize the knowledge infrastructure, commercialize research results, and promote sustainable development. Making investments in these areas will bring higher returns to our quality of life, both in the near future and for the next 20 years or more.

Industry Canada's five strategic objectives work together to improve Canada's innovation performance. A fair, efficient and competitive marketplace framework establishes a business environment that fosters the incentives for innovation. The Connecting Canadians initiative improves and disseminates to all Canadians the technology and access to the information and services that are at the heart of our communication infrastructure. Trade creates new markets for specialized innovations and brings new ideas and technologies into Canada. With respect to investment, innovation works two ways: an innovative economy attracts investment; and foreign investment brings skills, new management techniques and ideas, in addition to financial resources, to Canada.

Biotechnology

Industry Canada coordinates the Canadian Biotechnology Strategy (CBS) on behalf of six other key departments, the National Research Council Canada (NRC) and the granting councils involved in biotechnology (**http://strategis.gc.ca/cbs**). An expert-based Canadian Biotechnology Advisory Committee, which advises the CBS ministers, is currently involved in public consultations on genetically modified food and the patenting of higher life forms (**http://strategis.gc.ca/SSG/bh00255e.html**).

In cooperation with other departments, Industry Canada is developing specific initiatives to implement the strategy entitled *Pathways to Growth: Opportunities for Biotechnology* (**http://strategis.gc.ca/SSG/bo01604e.html**). The Department has identified the following areas that require attention: funding for public and private R&D, technology transfer and commercialization; financing and access to capital, particularly for SMEs; skills development and human resources within government, as well as the private sector; regulation and intellectual property; and foreign investment and trade. The Department has also developed the Biotechnology Gateway, a Web site for business and consumer inquiries (**http://strategis.gc.ca/SSG/bo01376e.html**).

Key Commitments and Planned Results

Increased recognition of innovation as a critical success factor in all sectors

Industry Canada will promote the adoption of an innovation culture throughout Canadian society. For Canadian productivity to improve in the long term, Canadian organizations in all parts of the economy — education, business, consumers, not-for-profit organizations and government — must understand how innovation practices can best improve performance and must act upon this understanding.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
Many Canadian organizations do not recognize that, in the knowledge-based economy, the development of innovative products and processes is key to success in the global marketplace.	• Undertake research and analysis of the key determinants of innovation and productivity, including social and environmental aspects. • In conjunction with Human Resources Development Canada (HRDC), upgrade the sector content of Employers Online (**http://employers.gc.ca**), the one-stop source of human resource information for SME employers. • With Industry Portfolio partners, identify technologies required to meet future market demands through Technology Roadmaps (*see box below*). • Report on the results of the 1999 Innovation Survey of Manufacturers and publish a book on innovation in collaboration with Statistics Canada. • Launch and expand the Innovation in Canada sub-portal. • Launch and promote BusinessGateway.ca (**http://businessgateway.ca**), a Web site designed for Canadian businesses to provide easy access to government information, programs and services. • Organize a major conference on intellectual property rights and innovation. • Lead and facilitate a dialogue on innovation and S&T with the provinces and territories.

Technology Roadmaps: Key to Raising Company Competitiveness

Industry Canada acts as a catalyst and facilitator, through increased collaboration, shared knowledge, and new partnerships, in identifying the technologies required to meet future market demands.

- Eight Roadmaps have been completed (Aircraft, Aluminum, Electric Power, Forestry, Geomatics, Lumber and Value-Added Products, Metalcasting, and Wood-Based Panel Products).
- Four Roadmaps are being developed (Biopharmaceuticals, Intelligent Buildings, Medical Imaging, and Photonics).
- Four Roadmaps are under discussion (Biomass and Biofuels, Fuel Sources for Fuel Cells, Ocean Technologies, and Nanotechnology).

Expanded knowledge base, especially in fields with good opportunities

More than two thirds of Canada's technological inputs come from foreign sources and, despite a high level of expenditure on public education, OECD data show that Canada has relatively few researchers in the labour force. In order to improve this situation, Industry Canada will continue to invest in Canada's knowledge infrastructure to develop and support generators of knowledge.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
Canada ranks relatively low among industrialized nations in the amount of research performed, particularly by the private sector, where the performance of research is concentrated among relatively few firms.	• Support the government strategy to move Canada from 15th to 5th in the OECD in terms of spending on R&D, by developing plans and initiatives targeted to the three main R&D performing sectors (industry, government and universities). • Investigate issues related to skills and shortages with emphasis on highly qualified personnel within the labour market. • Construct a new photonics research facility to integrate the research efforts of the Communications Research Centre Canada (CRC), universities and the private sector. • Interface with S&T stakeholders through support for the Advisory Council on Science and Technology and the Council of Science and Technology Advisors among others. • Support, through Technology Partnerships Canada (TPC) (*see box below*), key technologies in areas with high growth opportunities, namely environmental and enabling technologies, and aerospace and defence.

Technology Partnerships Canada

Technology Partnerships Canada (TPC), a special operating agency of Industry Canada, is a technology investment fund investing strategically in research, development and innovation in order to encourage private sector investment, and maintain and grow the technology base and technological capabilities of Canadian industry. In partnership with the private sector, TPC invests in high-risk industrial research and pre-competitive development projects. Over the next three fiscal years, TPC expects to approve more than 60 new projects, representing a TPC investment exceeding $600 million, and leveraging some $2.5 billion of innovation spending.

http://tpc.ic.gc.ca

Accelerated commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations

New ideas and processes generate the highest return when they have been put into early practical application. Accelerating the commercialization and adoption of innovative processes and products is a twofold process. First, government must ensure that its own laboratories adopt best practices with respect to commercialization and make the rapid movement of innovation to market one of their priorities. Second, government must ensure that the necessary frameworks to facilitate commercialization are in place, including strategic initiatives, international agreements, competitive tax regimes and accessible financing.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
In general, compared with our international competitors, Canada exhibits slower rates of commercialization of research findings and adoption of new processes and technologies.	• Develop and implement a strategy to accelerate the rate of research-based innovation originating from Canadian universities and colleges. • Design Pathways to Growth industrial strategies. • Provide SMEs and start-up companies with access to laboratories and specialized equipment through CRC's Innovation Centre. • Exploit the commercialization of 3-D television technology, which enables substantial reduction of bandwidth, for high-quality stereoscopic video sequences.

Increased development and application of eco-efficient practices and technologies in Canada

This year, Industry Canada adds a new key commitment that highlights eco-efficient practices and environmental technologies — two fundamental elements of sustainable development. These elements link the desired goals of productivity and innovation with environmental performance to achieve measurable commercial, environmental and social benefits (*see also Section 4A*).

Improving innovation performance requires substantive and sustained efforts by all sectors of our economy. Fuelling innovation can also complement our long-term sustainable development objectives. If we are to improve both our income and our overall quality of life in the long run, we must follow a balanced approach.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
Canadian organizations generally lag behind international competitors in terms of awareness, R&D performed, and adoption of eco-efficient practices and environmental technologies.	• Increase the recognition of eco-efficiency as a management tool and the development of environmental technologies in enhancing productivity and innovation. • Increase the knowledge and integration of sustainable development and eco-efficient practices in Canadian business, governments and SMEs. • Encourage the development and diffusion of clean production and enabling technologies for Canadian producers and consumers. • Raise awareness of potential opportunities, costs and benefits associated with reducing greenhouse gas emissions.

CONNECTEDNESS: Making Canada the most connected country in the world

The Importance of Connectedness

Connectedness is at the foundation of the knowlege economy and society. Ensuring that all Canadians are connected by networks to the knowledge, information and opportunities necessary for economic success and social prosperity is at the core of the Connectedness Agenda. Canadian citizens and businesses are living and competing in a global economy where success depends on the development, acquisition, use and, most importantly, sharing of knowledge through networks.

Connected citizens are better able to access the knowledge they need to develop their skills, stay abreast of new technological developments, and acquire new ideas that lead to new and more effective ways of contributing to the economy and society.

Networked businesses are well positioned to take advantage of local and global opportunities and innovations that lead to increased productivity and prosperity. Through this competitive, knowledge-based advantage, countries can offer unique products and services for trade and become attractive locations for investment.

The Connectedness Challenge

Connectedness has been a government priority since 1995, to "make the information and knowledge infrastructure accessible to all Canadians, thereby making Canada the most connected nation in the world." However, other nations have recognized the value of connectedness, and are moving very aggressively to take the lead in the global economy. The speed and efficiency with which Canadians gain access to, and take advantage of, the Information Highway is of the utmost importance if we are to maintain and accelerate a strong Canadian presence in the global economy.

The National Broadband Task Force

"Canada has always faced the challenge of connecting all the citizens in its vast territory. We must ensure that all Canadian communities, no matter where they are, can reap the benefits of broadband Internet services. Access to high-speed broadband will provide the foundation for improved services such as distance learning and telehealth, and will foster both regional and local economic development."

— Brian Tobin
Minister of Industry
January 11, 2001.

FIGURE 1

Summary of Connectedness Index Results for 2000*

	OVERALL		AVAILABILITY		PRICE		REACH		USE	
No. of Indicators	33		10		7		9		7	
Weightings	100%		20%		5%		25%		50%	
Country	RANK	INDEX	RANK	INDEX	RANK	INDEX	RANK	INDEX	RANK	INDEX
United States	1	130	1	204	2	106	2	106.8	1	114
Canada	**2**	**126**	**2**	**186**	**3**	**105**	**3**	**106.6**	**2**	**113**
Sweden	3	121	3	181	6	99	1	109	3	105
Finland	4	117	5	174	1	107	4	104	4	102
United Kingdom	5	115	4	180	10	89	7	97	5	100
Australia	6	113	6	168	4	103	6	98	6	99
Germany	7	108	7	161	7	98	9	94	7	95
Japan	8	104	9	144	9	95	5	100	8	92
France	9	104	8	156	5	100	10	92	10	89
Italy	10	99	10	130	8	98	8	94	9	90

*Rankings are based on selected indicators, subject to the availability of credible, comparable international data. These rankings are estimates based on source data that are between six and 18 months old.

Source: The Conference Board of Canada, 2001.

Canada is currently among the leaders in connectedness compared with other advanced nations. Canada is number one in the G-7 in home computer, cable and telephone penetration. Canada was the first to connect all of its schools and libraries to the Internet, and we have built the fastest all-optical broadband Internet test bed in the world. According to the Conference Board of Canada's recent connectedness index (*see Figure 1*), Canada is ranked second after the United States, which is the same result as in last year's inaugural index. The United States leads in availability and use of information and communications technologies (ICTs), followed by Canada. Finland has the most favourable pricing among the 10 countries studied, and Sweden shows the highest reach of ICTs (**http://www.conferenceboard.ca**).

Industry Canada's Response

Industry Canada has made tremendous progress toward its goal of making Canada the most connected country in the world by focussing on activities, programs and policies related to the six pillars of the Connecting Canadians initiative: Canada On-line, Smart Communities, Canadian Governments On-line, Connecting Canada to the World, Canadian Content On-line, and Electronic Commerce. Activities related to these pillars are still relevant and continue to bring us closer to our connecteness goals. However, the Connectedness Agenda must evolve in order to maintain and accelerate our strong presence in the global economy.

There are three main areas of focus as we move beyond connectedness — infrastructure, use and content. Efforts must be undertaken in each of these areas to ensure our foundation and early lead are not wasted. We must strengthen our infrastructure through high-speed broadband, mobile Internet and other technologies, and continue our efforts on framework policies. Efforts are also needed to bridge the digital divide, whether caused by geographical, financial or technological obstacles, and ensure that all Canadians have the opportunity to participate in the knowledge-based society. Due to the rapid pace of technological change, we must further develop, sustain and increase our skilled labour pool; help Canadian businesses harness the potential of e-commerce, the Internet and other technologies; and increase the development of Canadian content and applications.

The three main elements, infrastructure, use and content, are intrinsically linked and must be pursued simultaneously, if we are to realize the benefits of the knowledge economy.

Key Commitments and Planned Results

Infrastructure

Canadians connected to each other and to the world in a way that is affordable and accessible

The basic foundation of connectedness is in place in Canada, but in order to realize the socio-economic benefits of the Internet revolution, all Canadians must be able to access an affordable, world-class infrastructure. For this reason, one of the Department's key priorities will be to work with its partners toward strengthening the infrastructure, through increased speed and bandwidth to enable full interactivity and the types of applications that will provide socio-economic benefits, such as telehealth and telelearning.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
Not all Canadians have universal and affordable access to telecommunications services, the Internet, or new advanced systems and services. This contributes to a loss of economic and social opportunities and to a digital divide. Many rural and remote regions lack advanced infrastructure and may find the financial and technological hurdles difficult to overcome without the federal government's help. Insufficient levels of digital literacy also prevent Canadians from benefiting fully from the knowledge economy.	• Provide computers to schools and libraries (**http://www.schoolnet.ca/cfs-ope**) and facilitate their connection to the Internet (**http://www.schoolnet.ca**). • Provide affordable access to the Internet in urban and rural communities across Canada (**http://cap.ic.gc.ca**). • Assist the voluntary sector to expand its technological capacity (**http://www.connect.gc.ca/en/230-e.htm**). • Provide information technology training to Canadian business and seniors through the Student Connection Program (**http://scp-ebb.com**). • Through the National Broadband Task Force, assess how to provide high-speed Internet connections (**http://broadband.gc.ca**). • Promote the development of new services by releasing new radio frequency spectrum. • Perform scientific research in the areas of communications theory, radiowave propagation, and electromagnetics to support spectrum management. • Negotiate cross-border agreements with the United States for multipoint communications systems, wireless communication services and public safety services. • Support the Canadian Network for the Advancement of Research, Industry and Education (CANARIE) (**http://www.canarie.ca**). • Represent Canadian interests on global governance issues related to the Internet (**http://www.icann.com**). • Exert international leadership on the G8 Digital Opportunity Taskforce (dot force) and in other forums to help bridge the digital divide. • Participate in interconnecting 20 sites with dark fibre to implement or try out various technologies for broadband communications. • Through the Wireless and Internetworking Systems Experimentation Laboratory (WISELab), test new wireless concepts, prototypes and products. • Through the Federal Economic Development Initiative in Northern Ontario (FedNor), support projects to improve telecommunications infrastructure throughout Northern Ontario (**http://strategis.gc.ca/SSG/fn00365e.html**). • Act as scientific authority on behalf of the Canadian Space Agency for the Telesat contribution agreement for the development and procurement of a Ka-band advanced multimedia payload for Anik F2. • Support the LearnCanada Project in the development of a broadband interactive virtual learning community for Canadian K–12 educators. • Help establish world-class Smart Communities across the country (**http://smartcommunities.ic.gc.ca**). • Through the NetCorps Canada International program, provide young Canadians with the opportunity to participate in ICT internships in developing countries (**http://www.connect.gc.ca/en/710-e.htm**).

Use

A world-leading environment for electronic commerce

Canada's goal is to be the most connected country in the world and to provide a world-leading environment for e-commerce and for the use of ICTs. This will require the proper environment and a level of support necessary for investment in e-commerce and ICTs, and for their rapid diffusion throughout the economy, in order to maximize their contribution to industrial competitiveness and productivity.

SourceCAN

SourceCAN is an Internet-based procurement network that is helping Canadian companies and governments to realize the full benefits of e-commerce.

- Business-to-government (B2G) and business-to-business (B2B) e-commerce.
- Evergreen data base of information on Canadian companies.
- Single registration point serving multiple government data bases.
- Automated matching of buyers worldwide with Canadian suppliers.
- Single point of entry for government and private sector electronic procurement.
- Alliances with electronic marketplace enablers at the local, national and global levels.

http://www.sourcecan.com

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
There is an ongoing need for leading-edge policies and processes that respond in a timely manner to challenges created by the evolution of the Internet and the knowledge economy. Businesses and consumers still lack confidence in the security and privacy of e-commerce transactions. Harmonization between countries in terms of legislation, policies and practices that promote the security and privacy of information must still be addressed. There is still a lack of awareness of the advantages of e-commerce among businesses, and consumers are slow to adopt e-commerce processes as a means of carrying out transactions. There are too few Canadian suppliers of Internet-based e-commerce solutions, applications and services to satisfy the needs of the marketplace.	• Develop policies for the authentication and certification of e-commerce transactions. • Ensure that effective Canadian laws and policies exist for promoting domestic and international public safety goals. • Encourage the application of industry-wide interoperable standards. • Harmonize privacy protection legislation with the provinces/territories to ensure a consistent level of protection for personal information. • Seek mutual recognition of Canadian and foreign privacy regimes to ensure continued market access for Canadian and foreign companies. • Promote and implement an Internet safety strategy in Canada and abroad. • Provide e-commerce training and e-business blueprints to Canadian businesses through the Student Connection Program (**http://scp-ebb.com**). • Provide resources, toolkits, diagnostics, analysis and research, and market and export intelligence and training to encourage the adoption of e-business on a sector-by-sector basis. • Encourage Canadian firms to become competitive suppliers of e-commerce solutions, applications and services. • Provide youth with internship opportunities that will increase the adoption and use of e-business by SMEs. • Develop information products. • Benchmark the growth of e-commerce and analyse its effects on the Canadian economy. • Develop and distribute, in cooperation with provincial and territorial ministries responsible for consumer affairs, and the Canadian Association of Internet Providers, a consumer advice product on safe shopping on the Internet.

Content

Canadian digital content and applications on-line maximized

Content drives demand. Internet users will get their information, services and products where it is easily accessible and reliable. The Internet is an ideal place to tell Canadians and the world about our country, our people and culture, our abilities and achievements, our history and hopes. It is imperative that we have an abundance of Canadian content in all areas of the economy and society, including cultural, commercial, scientific, educational and government.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
There is a need for greater quantity and quality of multimedia applications, collections, information, and services relating to Canada and Canadians. Specific challenges include the need for more community-based content, more French-language content and more on-line learning opportunities. The production of on-line content in Canada does not currently meet the domestic need for information products and services. This places Canada's Internet industries at serious risk of falling behind foreign competition. Untapped opportunities exist for developing more multimedia skills and experiences in all parts of Canada and in all communities.	• Employ youth to produce new digital collections through the Canada's Digital Collections Program (**http://collections.ic.gc.ca**). • Support the Department of Canadian Heritage initiative on the Canadian Digital Cultural Content Strategy. • Co-chair the Interdepartmental New Media Working Group with the Department of Canadian Heritage. • Develop technical policies to facilitate the timely introduction and effective implementation of digital television and digital radio. • Support CANARIE in stimulating new emerging sectors such as advanced content/media applications. • Enhance existing on-line service through *Strategis* multimedia broadband capabilities. • Raise Francophone communities' awareness of the significant volume of French language content on *Strategis* to spur Internet usage and local content. • Pilot test three sectors to identify the sites jointly developed with outside partners that have the greatest potential to increase French language content on the Internet. • Demonstrate the capability of digital audio broadcasting for data reception by mobile users for Canadian hardware, software and data base companies that will partner in the development of multimedia broadcasting systems.

Expanded on-line delivery of key government services and information in an integrated way to businesses and consumers

In the February 2001 Speech from the Throne, the government committed to work toward putting its services on-line by 2004 to better connect citizens.

Government On-Line is a government-wide initiative that will improve client services, enhance government efficiency, and stimulate the supply and use of e-commerce in the Canadian economy. A critical mass of key on-line government services will encourage more businesses and citizens to get connected and use the Internet. Firms that supply e-commerce products and services to government will be better positioned to sell them domestically and abroad.

Industry Canada will continue to work closely with partners to expand the on-line delivery of government services and information, in an integrated way, to Canadian businesses and consumers.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
All key government information and services are not yet available on-line. Current on-line services and information need to be more accessible and user-friendly. There is a need for greater coordination and linkage of services and information between various levels of government (federal, provincial/territorial and municipal).	• Continue to expand on-line offerings for Industry Canada's key services. • Lead in the development and management of portals for businesses and consumers — BusinessGateway.ca (**http://businessgateway.ca**), Innovation in Canada (**http://www.ic.gc.ca/scdt/innovation/interface2.nsf/engdoc/0.html**), Business Start-Up Assistant (**http://sade.rcsec.org**), Sources of Financing (**http://strategis.gc.ca/sources**), *ExportSource* (**http://exportsource.gc.ca**), and Canadian Consumer Information Gateway (**http://www.consumerinformation.ca**). • Support the World Wide Web Consortium's Web Accessibility Initiative. • Identify and promote the use of information management standards. • Develop a comprehensive approach to the delivery of grants and contributions programs on-line.

MARKETPLACE: Building a fair, efficient and competitive marketplace

The Importance of the Marketplace

A fair, efficient and competitive marketplace is the cornerstone of a healthy and dynamic economy. By setting the rules of the marketplace, promoting vigorous competition and providing accurate, timely and state-of-the-art information to business and consumers, Canada benefits in terms of increased innovation, investment, consumer spending, job growth and productivity.

A sound, competitive corporate governance structure is a fundamental requirement for healthy investment, innovation, trade and economic growth in a knowledge-based economy. For example, an effective intellectual property framework encourages innovation and growth. Ensuring a modern and globally competitive intellectual property regime is essential in creating a business climate that is conducive to innovation and R&D in Canada.

Modern, leading-edge corporate law helps reduce costs for Canadian businesses and provides a solid yet flexible structure for corporate decision making and the protection of interested parties.

In addition, harmonization in certain sectors — for example, in the use of the spectrum and in the international standardization of measuring instruments — is seen as a fundamental element in providing the infrastructure necessary for business to successfully compete globally, as it enables the use of equipment and services in other countries.

Furthermore, spectrum and telecommunications management helps facilitate the development and use of world-class communications infrastructure, technologies and services for the purpose of balancing Canada's competitiveness, economic growth and the quality of life of all Canadians.

The Marketplace Challenge

With globalization, economic borders are becoming increasingly transparent. Nations around the world are becoming more competitive, and are investing and trading in markets once difficult to access and penetrate. Through the Internet, Canadians are becoming global consumers, more informed and demanding. Businesses, seeking strategic and competitive advantages, are looking beyond national borders to realize their full potential.

▶ Marketplace Service Organizations

- Canadian Intellectual Property Office
- Competition Bureau
- Corporate Governance
- Corporations Directorate
- Measurement Canada
- Office of Consumer Affairs
- Office of the Superintendent of Bankruptcy Canada
- Spectrum, Information Technologies and Telecommunications

The challenges for Industry Canada in promoting trade, investment, innovation and connectedness include making sure that our national marketplace is fair, efficient and competitive. Whether Canadians conduct business at home or abroad, on the Internet, face-to-face or through other media, Canada's infrastructure must inspire confidence, both for Canadians and for foreign nationals.

Industry Canada's Response

Marketplace service organizations (MSOs) are seizing the opportunities provided by increasing globalization, technological advances, and informed and demanding consumers and business. They are proactively modernizing the rules of the marketplace, the services provided to clients, and the tools used to detect, prevent and deter fraudulent, unfair and deceptive behaviour.

Together and with their partners, Industry Canada's MSOs have taken a strategic approach to assessing the marketplace. They continuously review the laws, regulations, policies, practices and services for which they are responsible, to ensure that the marketplace operates fairly, efficiently, competitively and in a world-class manner — today and in the future. With the commitment of partners and stakeholders, work to address identified areas for change will continue in order to provide Canadians with a marketplace that inspires confidence, and one in which business can benefit from the potential of technology, innovation and competition. It will also provide the knowledge and tools required for consumers to make informed decisions.

Because Canadian business needs to compete on an international level, efforts are being made to ensure that legislation and regulation do not disadvantage business, consumers and investors. Frameworks, services and products are reviewed and benchmarked on a systematic basis to ensure that they remain state-of-the-art and contribute to a healthy Canadian economy.

Key Commitments and Planned Results

A responsive marketplace framework for business, consumers and investors that is fair, efficient, competitive and world-class

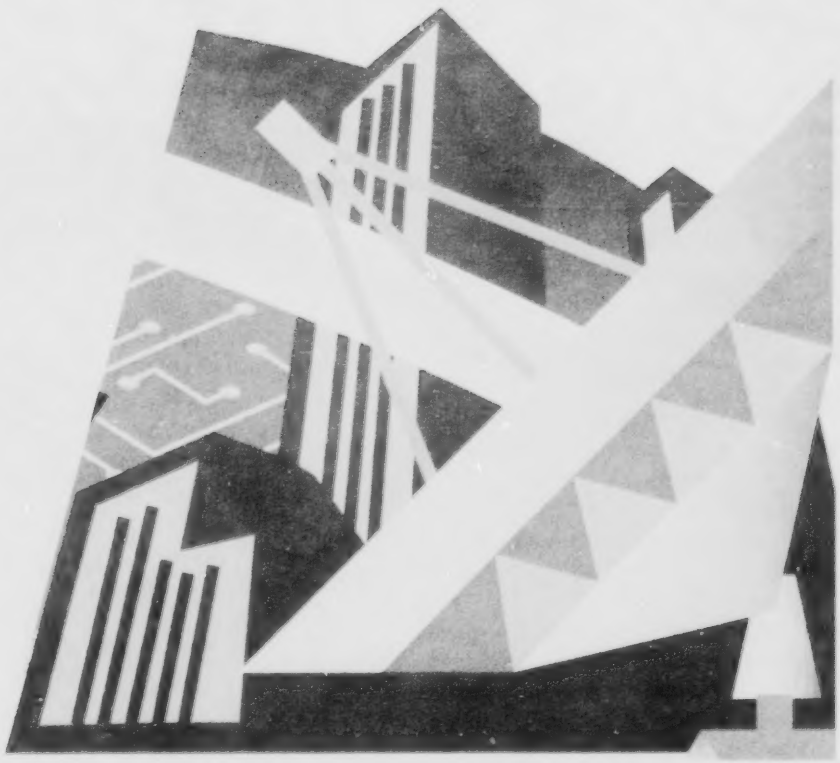
In order for the marketplace to be responsive, and to attract investment and responsible consumer spending, marketplace frameworks must ensure competitive prices, product choice, accurate and timely information, and the provision of information to market participants.

They must also minimize the regulatory burden, inspire confidence and create incentives to innovate. These frameworks must be considered world-class from consumer, business and investor perspectives, and seen as responsive to the changing economic environment.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
There is a need to renew frameworks in response to, and in anticipation of, evolving technology and business arrangements, regulatory reform, increasing globalization and changing social conditions. • Legislation and regulations dealing with the administration of intellectual property rights need to be modernized. • The *Canada Business Corporations Act* and the *Canada Cooperatives Act* need to be amended to ensure that they provide an effective governance structure for Canadian corporations and cooperatives. • Canada's patent term (for certain pre-1989 patents) is inconsistent with trade-related aspects of intellectual property rights. • The *Patent Act* must be assessed in light of biotechnology. • The copyright policy framework must be reviewed to ensure that it provides appropriate and balanced protection levels in the network environment. • Ensure that Canadian competition laws and regulations remain among the most modern and progressive in the world. • The standards for textile care labelling must be harmonized. • Voluntary codes are required to protect and promote the consumer interest and supplement the legal framework. • Framework legislation must adapt quickly to accommodate emerging technology and changing business practices related to measurement, and to enhance Canadians' ability to compete internationally. • The lack of harmonization with other countries for the use of spectrum bands for certain services impedes the flexibility and efficiency of certain marketplace products and services. • Both the *Bankruptcy and Insolvency Act* and the *Companies' Creditors Arrangement Act* require a parliamentary review of their administration and operation in 2002.	• Consult with clients and stakeholders on Canada's intellectual property framework, policies and procedural issues and promote harmonization of international intellectual property systems, with a view to introducing omnibus intellectual property improvements in 2003–04. • Re-introduce legislation to reform the *Canada Business Corporations Act* and *Canada Cooperatives Act*. • Table amendments to the *Patent Act* to implement an October 12, 2000, ruling of the World Trade Organization (WTO), which found that Canada's term of protection for certain pre-1989 patents was inconsistent with Canada's trade obligations, and to provide a patent term of 20 years from the date of filing for all patents. • Develop an intellectual property framework for biotechnology innovation and support the Canadian Biotechnology Advisory Committee in its examination of the economic, legal and policy aspects of the patenting of the higher life forms. • Consult Canadians on the issues related to on-line uses of copyright materials, potentially leading to the amendment of the *Copyright Act*. • Consult stakeholders on amending the *Competition Act*. • Review regulations under the labelling statutes to be harmonized under NAFTA in order to provide user-friendly, harmonized, and cost-effective, standards-based regulations. • Evaluate the financial industry's compliance with the Consumer Debit Card Voluntary Code (to be completed in fall 2001) and determine how the code should be updated (**http://strategis.gc.ca/SSG/ca01581e.html**). • Establish technical requirements that emulate international measurement standards (**http://mc.ic.gc.ca**). • Conduct international negotiations to harmonize the use of spectrum for certain services (i.e. third-generation cellular). • Undertake consultation on the *Bankruptcy and Insolvency Act* and the *Companies' Creditors Arrangement Act*.

A marketplace that operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures

Deregulation, the expansion of sectors and the increasing complexity of transactions in the marketplace require the continual review of practices, knowledge, services and interventions. Setting the rules of the marketplace is not enough. Through partnerships and consultation, the Department ensures compliance with marketplace rules through a broad continuum of activities, including education to increase awareness; active support for voluntary compliance, the promotion of behavioural change and the adoption of responsible practices; and direct enforcement to stop and prevent anti-competitive, fraudulent, unfair and deceptive behaviour.



Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
New forms of marketplace conduct, the result of changes in technology, business innovations and legal developments, necessitate innovative adjustments to the operation of the marketplace framework. • There is a need to address increasing demand for intellectual property services, harmonization issues and rapid technological change. • There is a need for more timely and effective responses on transnational mergers and a need to deal effectively with anti-competitive behaviour in emerging industries and forums (e.g. the electronic marketplace). • The growth in demand for services and an expansion of the sectors in which measurement occurs have resulted in less than optimal protection against economic loss due to inaccurate measurement. • With the emergence of the electronic marketplace, clients are demanding faster on-line services related to incorporation. • As the marketplace experiences rapid changes in terms of its players, modes of operation and regulation, it is difficult for consumers to know how and where to seek redress from merchants and to whom to turn for information regarding government programs and services. • The analysis of trustee performance reveals that non-compliance is greatest in the administration of trust bank accounts, the documentation of efforts to realize assets and the timely distribution of dividends to creditors. • There is an ongoing need for leading-edge and effective means of ensuring that the telecommunications marketplace is operating in accordance with the rules, regulations and conditions of spectrum licences. • There is a need to examine market-based instruments that stimulate dynamic, private sector involvement in both the supply and demand sides of environmental investments.	• Implement patent and trade-mark inventory reduction plans, and integrate the re-engineering of key business processes and enhanced electronic service delivery. • Develop knowledge of emerging industries and competition issues, and develop tools, policies and procedures to address anti-competitive behaviour, and to encourage awareness and the adoption of responsible marketplace behaviour (**http://strategis.gc.ca/SSG/ct01768e.html**). • With stakeholders, identify the level of intervention necessary to ensure the accurate measurement of goods and services in the electricity and downstream petroleum sectors, investigate occurrences of suspected inaccurate measurement, and increase by 15 percent the private sector's participation in the delivery of government services (**http://mc.ic.gc.ca**). • Remain responsive to business needs by enhancing electronic service delivery and increasing access to federal incorporation services. • Promote the development and use of market-based techniques that will assist businesses in meeting the redress needs of consumers (**http://strategis.gc.ca/SSG/ca00864e.html**). • Reduce the incidence of trustee non-compliance. • Develop and use leading-edge processes and technologies for the verification of spectrum user compliance to encourage the increased self-regulation and compliance of spectrum users. • On a sectoral basis, assess the impact on industrial competitiveness of domestic emissions trading and other environmental regulatory policies. • Align Canadian spectrum and satellite resources within the North American market and beyond, to achieve greater economies of scale and efficiency in offering wireless services and products. • Develop public policies and open new spectrum to support the licensing of a range of new wireless services for Canadians. • Promote the use of standards and conformity assessment processes to federal and provincial/territorial regulatory departments and agencies. • Lead the federal government's contribution to the implementation of the Canadian Standards Strategy produced by the Standards Council of Canada.

Confidence in the marketplace

Confidence in the marketplace is essential to attracting investment, fostering innovation and providing a climate in which consumers are well informed. With the speed of technological change, business, innovators and consumers must have access to state-of-the-art, user-friendly tools and information in order to thrive in the knowledge-based economy. Citizens need ready access to intellectual property information, federal incorporation and redress mechanisms for Canada to continue to be a leader in the global economy.

Canadian Consumer Information Gateway

The Office of Consumer Affairs, in partnership with more than 35 federal departments and agencies, has developed the Canadian Consumer Information Gateway, a one-stop Internet portal for information regarding federal programs and services of relevance to consumers. The Gateway facilitates searches for information on consumer issues, programs and services, and requires no background knowledge of which agency or program is relevant. The objective for the coming year is to extend the Gateway to encompass the programs and services of the provinces/territories as well as those of consumer NGOs.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
There is a need for transparent, fair, user-friendly and accessible information, services, treatment and recourse mechanisms in response to, and in anticipation of, diverse and demanding marketplace participants and increasing marketplace complexity. • There is a need to encourage invention, innovation and creativity in Canada through increased accessibility to, and awareness and exploitation of, intellectual property information products and services. • There is a public perception that the *Competition Act* is not strong enough in relation to pricing practices, particularly in sectors such as airlines, gasoline and groceries. There is also a lack of understanding of the enforcement policy regarding the Abuse of Dominant Position (section 79) provisions. • There is a lack of understanding about the benefits of federal incorporation, especially among SMEs. • A decreased presence in the marketplace due to growth in the trade sectors in which measurement occurs and increased demand for services have reduced confidence in the accuracy of trade measurement. • Consumers need more information concerning whether or not food products are made with genetically modified ingredients. • Consumers are reluctant to engage in on-line purchasing (e-commerce) due to concerns about the reliability and integrity of on-line merchants, the adequacy of protection of personal information, security, redress and delivery. • In recent client consultation, creditors raised concerns that the perceived level of debtor compliance and trustee diligence in realizing assets were eroding their confidence in the bankruptcy and insolvency system. • There is a need to assist users to control their Internet environment in dealing with lawful content that may be offensive. Consumer awareness of existing initiatives is also an issue.	• Re-orient existing Canadian Intellectual Property Office (CIPO) regional services in collaboration with key stakeholders to have a stronger focus on the education and training of partner groups on intellectual property information products and services, and to promote the use of on-line resources. • Expand the quantity and quality of intellectual property products and services provided for on-line client access. • Revise the pricing provision enforcement guidelines to reflect current economic thinking and reduce the "chilling effect" on business regarding low pricing. • Develop guidelines related to the August 23, 2000, regulations respecting Anti-Competitive Acts by Airline Carriers (**http://strategis.gc.ca/SSG/ct01756e.html**). • Make on-line incorporation services and related information as relevant and user-friendly as possible to provide business with the benefits of federal incorporation. • Increase business and consumer awareness of their rights and responsibilities with respect to the accurate measurement of goods and services. • Provide advice to the Canadian General Standards Board standards committee and participate in developing a voluntary labelling standard for foods, which will indicate whether or not they were obtained from genetic modification (**http://w3.pwgsc.gc.ca/cgsb/032_025/index_e.html**). • In partnership with business groups and consumer organizations, develop a code of good e-commerce practice for on-line merchants, based on the multi-stakeholder Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce (**http://strategis.gc.ca/SSG/ca01180e.html**). • Develop a new debtor compliance strategy and ensure trustees close estates in a timely manner and more fully document their efforts to identify, assess and realize assets. • Develop strategies that enable users to increase their control of the Internet environment. • Promote effective self-regulation and fair business practices in the Internet service provider industry. • Introduce revised spectrum licence conditions to provide enhanced transferability and an extended licence term.

INVESTMENT: Improving Canada's position as a preferred location for domestic and foreign investment

The Importance of Investment

Investment and capital formation are essential for stimulating Canada's economic growth, innovation and sustainable development. Moreover, with our open economy and limited pool of domestic savings, Canada is relatively more dependent than most other developed economies on foreign direct investment (FDI) to spur business development and related job creation. Besides offering the potential for immediate jobs, FDI can also increase Canadian productivity, by transferring new technologies, upgrading management and marketing skills, promoting sustainable development, and broadening market access. According to an Industry Canada estimate, one in 10 jobs in Canada depends directly on FDI, and each $1-billion increase in FDI results in 45,000 new jobs and an increase of $4.5 billion in GDP over a five-year period.

The importance of investment by the Canadian small business sector has also been crucial to the economy, particularly in terms of job creation. Statistics Canada studies indicate that in recent years, small businesses created between 70 and 80 percent of all net new jobs in Canada.

The Investment Challenge

Canada's economic fundamentals and relative cost advantages provide a first-rate business environment. Factors such as our overall government budget surplus; low inflation and interest rates; geographical location and NAFTA (which provide easy access to the world's most prosperous nation); and ready supply of skilled workers make Canada a good investment choice. However, in the 1990s, FDI in Canada accounted for only 13 percent of all business capital formation. Although the cumulative stock of inward FDI increased by 83 percent from 1990 to 1999, reaching $240 billion, Canada's share of inward FDI stock to the NAFTA region has declined from about 24 percent in 1985 to 12 percent in 1999. The use of undue risk assessment by foreign investors, as well as real and perceived regulatory impediments deter investment by multinational firms (multinationals) and re-investment by firms in Canada. The inadequate investment by Canadian SMEs, including Aboriginal firms, presents a further challenge.

Investment by Canadian firms to strengthen existing operations is also an important contributor to productivity improvement and economic growth. One reason for Canada's relatively weak productivity performance has been our low investment rate as a proportion of our GDP, especially in machinery and equipment (M&E), relative to other countries. According to an Industry Canada estimate based on Statistics Canada and OECD data, Canada's M&E investment as a share of GDP was 20 percent below the OECD average over the 1980–97 period.

Industry Canada's Response

Responsibility for addressing Canada's investment challenge is shared by both the public and the private sectors. Therefore, the roles of the various levels of government are important. Industry Canada's response to the investment challenge is guided by the 1996 federal investment strategy, which provided a broad framework for all federal investment promotion activities (including domestic retention of FDI). This strategy was extended with the creation of Investment Partnerships Canada (IPC) as a focal point of federal investment-related activities. IPC is a joint Industry Canada–Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) initiative to develop and coordinate various investment campaigns targeted at multinationals in priority sectors and key global markets. IPC also promotes and brands Canada as a key investment location of choice, and helps address policy and regulatory issues that have an impact on investment.

The fundamental factors that attract investment are the attributes of a productive and dynamic economy: a good marketplace framework, high levels of innovation, access to a highly skilled work force, sectors with high growth potential and a healthy relationship with our trading partners. In these respects, the Department's other strategic objectives are crucial, though indirect, components of an investment strategy.

The government-wide efforts are paying off. According to A.T. Kearney, a Chicago-based management consulting firm that publishes a well-known FDI confidence index, Canada ranked 12th and 13th as a preferred destination for FDI in 1999 and 2000, up from 17th in 1998.

Investment Priority Sectors

Industry Canada's investment priority sectors are

- information and communications technologies;
- life sciences (biotechnology, medical devices and pharmaceuticals);
- aerospace and defence;
- automotive industries; and
- chemicals/petrochemicals.

Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) and Natural Resources Canada (NRCan) are key sectoral partners.

Key Commitments and Planned Results

Improved domestic and international investment climate

Canada's efforts to retain and increase its share of FDI are constrained by intense global competition for strategic global investment. Growing competition among the affiliates of multinationals for product and research mandates is a key factor. In addition, a wide range of generous incentives offered to investors by governments in competing countries, most notably by a number of states and municipalities in the United States, adds to the stiff competition for FDI dollars. Thus, a key challenge is to capture more FDI flows, particularly those directed at the NAFTA region, within an environment characterized by globalization, increasing mobility of capital and technology, changing economic conditions, and financial markets.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
There is a need to address real and perceived regulatory impediments to foreign and domestic investment (e.g. concerning the environment, marketplace, immigration, taxation and intellectual property) without compromising the integrity of the regulations' intent. There is a need for better knowledge and understanding of the key impediments to investment. Stronger and more strategic partnerships are needed in dealing with the investment climate.	• Monitor and identify investment impediments through feedback from ministerial missions, Deputy Ministers' Investment Champion campaigns and other corporate calls, and maintain an evergreen list of impediments. • Defend Canada's interests in disputes with trading partners to maintain a balanced policy framework. • Research and analyse investment climate issues in consultation with partner organizations. • Advocate ways to effect the resolution of impediments in areas such as harmonized regulations, seamless border entry processes and better access to a skilled work force through the revitalized Temporary Foreign Workers Program. • Consult with Canadian stakeholders and facilitate the negotiation of bilateral (e.g. Foreign Investment Protection Agreements — FIPAs) and regional (e.g. Free Trade Agreement of the Americas — FTAA) international investment agreements. • Negotiate international investment agreements that secure market access and protect investment abroad. • Develop a framework for sectoral application to identify differences between Canadian regulatory practice and those of our NAFTA partners and to assess its impact on decisions to invest in Canada. • Implement, in partnership with clients and other governmental and NGO stakeholders, the OECD Guidelines on Multinational Enterprises. • Review Foreign Investment under the *Investment Canada Act*. • Examine the drivers of investment spending and initial public offerings activity by domestic and foreign firms in Canada. • Study the impact of capital investment on productivity and economic growth in Canada. • Determine the impact of the Kyoto Protocol on output, employment, trade and costs at the macro-, regional and industry levels. • Promote strategic investment partnerships by working with the Federation of Canadian Municipalities and other stakeholders to increase the use of Public–Private Partnerships in the Infrastructure Canada Program.

www.ic.gc.ca

Brand Canada Campaign

The Brand Canada Campaign is a federal interdepartmental initiative led by Investment Partnerships Canada (IPC) that aims to increase Canada's share of FDI by updating Canada's image abroad as a key investment location. The campaign has begun with two geographically and sectorally focussed pilots in the Dallas and Boston areas. The pilots are expected to terminate in spring 2002. The methodology developed and tested during the two pilots will serve as the springboard for additional branding campaigns in other countries and markets.

Canada branded and recognized as an investment location of choice

Industry Canada, and IPC in particular, is tasked with building investor awareness and confidence in Canada as an investment location of choice, in order to pave the way for firms' decisions to invest and create jobs in Canada. This is being done by updating and improving Canada's "brand image" with the international investment community as a key investment location. One of the government's key initiatives is the Brand Canada Campaign (*see box above*). This year's Speech from the Throne committed the government to raise awareness of the advantages of investing in Canada and to foster a strong global brand for Canadian excellence.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
Canada is not "top of mind" for many investors; there is a lack of business awareness and consideration of Canada as an investment destination. There is a lack of appropriate comparative information on Canadian investment opportunities provided by partners and others. Core messages are not consistently promoted by partners and others.	• Develop a brand image to position Canada strategically in the minds of potential investors. • Update and implement marketing and communications strategies. • Implement a Brand Canada pilot project in Dallas and Boston, key findings of which will form the basis of a comprehensive national Brand Canada program. • Enhance and maintain investment information products and Internet-based marketing and communications tools, such as the Invest in Canada Web site (**http://investincanada.gc.ca**). • Produce an annual economic scorecard for Canada, benchmarking Canada against the United States and other G-7 economies. • Disseminate information to target firms concerning the strengths of Canadian institutional research.

Increased attraction and retention of multinational investment in Canada

This key commitment depends heavily on the investment decisions made by individual foreign and domestic firms. To reach key investment prospects, the capacity to gather strategic business intelligence in a systematic and coordinated way for serious potential investors must be addressed. There is also a need for stronger partnerships and better coordination of investment efforts among interested parties, including the public sector, NGOs and the private sector. The Department's industry sector branches and IPC coordinate targeted campaigns to attract, retain and expand investment by multinationals in Canada. In cooperation with embassies abroad, one-stop servicing of investment needs is provided to selected multinationals and other potential investors overseas. Through an initiative such as the Deputy Ministers' Investment Champion campaigns, opportunities and investment prospects are defined, and Canada is promoted to targeted multinationals as a place to invest. Investment opportunities in priority sectors and targeted markets are focussed in Asia (Japan, Taiwan, Singapore, Republic of Korea and Hong Kong), Europe (the United Kingdom, Ireland, France, the Netherlands, Germany, Austria and Sweden) and various regions of the United States. A priority in the Speech from the Throne calls for the launch of Investment Team Canada missions to the United States and Europe.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
There is a need for greater investment into Canada by leading foreign firms in key sectors. There is a need for re-investment by multinational firms operating in Canada. There is a need to develop a systematic and well-coordinated capacity to gather strategic and coherent business intelligence for serious prospective investors. There is a need for stronger partnerships and better coordination of investment efforts among interested parties, including the public sector (at the federal, provincial/territorial and municipal levels), NGOs (e.g. universities, research institutions) and the private sector.	• Develop a strategic framework to review existing investment priorities, sectors and markets, and allocations of efforts and resources. • Develop, maintain and communicate evergreen investment strategies and lists of targeted multinationals. • Organize and coordinate investment promotion campaigns led by federal deputy ministers and other senior officials targeting markets, sectors and firms with high investment potential. • Organize and coordinate programs/initiatives for incoming foreign investment missions. • Address investment inquiries from potential investors in Canada and overseas, in consultation with partner organizations, and provide analytical support on investment for Canadian embassies and missions abroad. • Provide sectoral and corporate intelligence, deliver sectoral strategies, and manage major sector-specific projects in high-growth opportunity sectors. • Conduct studies on the impact of FDI on the Canadian economy, including an examination of the effects of globalization on corporate functions in Canada, as well as its implications. • Develop a performance measurement mechanism to monitor investment development activities of the Department, IPC and federal partners. • Provide ongoing training on company relationship management and business intelligence to ensure delivery of high-quality services to government and private sector investment clients.

Increased investment by SMEs and by Aboriginal businesses

A key element of the 1996 federal investment strategy is to assist a larger number of Canadian SMEs in forming international investment partnerships that allow for growth domestically and in an increasing number of markets. Industry Canada's ability to provide timely information, policies and services to clients, such as multinationals, international investors, Canadian SMEs and targeted groups, including Aboriginal people and rural communities, is equally important to the success of the investment strategy.

At the domestic level, when borrowing investment funds, small businesses usually assume a higher rate of interest than their larger counterparts, as interest rates are indicators of perceived risk. Surveys by the Canadian Federation of Independent Business show that this interest rate differential has widened in the past decade, thereby acting as a deterrent to investment by SMEs. The challenge is to encourage investment in Canada by Canadians by improving access to investment capital.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
There is a need to develop capacity at the community level to stimulate investment by SMEs and target groups, particularly in Northern and rural Ontario and among Aboriginal people. Business capacity is insufficient (e.g. in terms of marketing and promotion). Access to capital (for SMEs and Aboriginal businesses) is inadequate. There is limited availability of venture capital.	• Connect entrepreneurs and small businesses through a series of Small Business Conferences and Info-Fairs to help them to start and grow their businesses (**http://strategis.gc.ca/sc_mangb/fairs/engdoc/homepage.html** and **http://strategis.gc.ca/sc_mangb/smeguide**). • Identify partnership-ready Canadian SMEs and provide information on international opportunities and contacts. • Complete the first stage of the overhaul of Canadian statistics on small business finance, and present Parliament with the results of the first comprehensive surveys of suppliers and users of financial products. Conduct special studies to deal with the experience of small businesses seeking financing and the behaviour of "angel" investors in small business. • Complete the regulations required for an April 2002 launch of the capital leasing extension of the *Canada Small Business Financing Act*. • Increase access to capital and leveraging of private sector investment by businesses in Northern Ontario and rural Southern Ontario, especially those owned by women, youths, Francophones and Aboriginal clients, through FedNor and Community Futures Development Corporations. • Leverage increased capital for investment in Aboriginal business development under the Access to Capital element of the Aboriginal Business Development Initiative. • Provide loan insurance on some 16,000 loans made by financial institutions under the *Canada Small Business Financing Act*, generating in the order of $1.8 billion in investment, and guarantee up to $500 million a year in capital leases for small businesses. • Continue support for the 24 Aboriginal Business Service Network access sites in Ontario, the Northwest Territories, Nunavut and the Yukon Territory where Industry Canada has the lead responsibility for implementation. • Support the government's commitment to the Canadian Rural Partnership, ensuring outreach to rural clients, stakeholders and associations. • Develop a comprehensive, Canadian Web site that will assist micro-credit (generally commercial loans of less than $25,000) organizations in promoting their services to small businesses. • Support the Business Development Bank of Canada's mandate review to Parliament (by July 2001).

TRADE: Working with Canadians to increase Canada's share of global trade

The Importance of Trade

No other major economy is as trade-oriented as Canada. More than 43 percent of Canada's GDP depends on international trade, a proportion greater than that of any other G-7 nation. One out of three jobs is dependent on trade.

As Canada's exports have grown, the proportion of exports to the United States has also grown and now accounts for some 85 percent of Canadian exports. Not only is it important to solidify our position in the United States, it is also essential to improve our position in offshore markets, as well as to diversify our product mix in general. In addition to helping to generate jobs, Canada's export growth is playing a major role in fostering knowledge-intensive, high-wage jobs — the jobs of the future.

The Trade Challenge

The Government of Canada's International Business Development strategy aims to assist Canadian business to capture international opportunities while minimizing risk in a rapidly changing global economy. The overarching objective is high employment, high wages and a higher standard of living for Canadians. To this end, the Government of Canada has set the following four goals for its international business development programs and services:

- to become the world's best trading nation by enhancing our international competitiveness;
- to make Canada the location of choice for investment in North America;
- to create jobs and economic growth in Canada; and
- to exercise leadership in global trade liberalization to ensure a rules-based, fair trading framework.

Team Canada Inc Partners

- Agriculture and Agri-Food Canada
- Atlantic Canada Opportunities Agency
- Business Development Bank of Canada
- Canada Customs and Revenue Agency
- Canada Economic Development for Quebec Regions
- Canada Mortgage and Housing Corporation
- Canadian Commercial Corporation
- Canadian International Development Agency
- Department of Canadian Heritage
- Department of Foreign Affairs and International Trade
- Environment Canada
- Export Development Corporation
- Fisheries and Oceans Canada
- Human Resources Development Canada
- Indian and Northern Affairs Canada
- Industry Canada
- National Farm Products Council
- National Research Council Canada
- Natural Resources Canada
- Public Works and Government Services Canada
- Statistics Canada
- Transport Canada
- Western Economic Diversification Canada

Team Canada Inc is Canada's trade promotion partnership and now includes 23 federal departments and agencies. Industry Canada is one of the founding members of Team Canada Inc. In partnership with the provinces and territories, Team Canada Inc provides single-window access to government services and programs focussed on international business development.

Industry Canada's Response

Industry Canada is uniquely positioned to work with Canadians to increase Canada's share of global trade. In its trade role, Industry Canada can build on the role it plays in helping Canadian companies to be more productive and competitive in the knowledge-based economy through increasing innovation and attracting more investment. Competitive sectors of the new economy are then ready to compete for markets at home and abroad.

Key Commitments and Planned Results

Secure market access maintained and improved

As companies strive to become competitive globally, they seek a predictable and open trading environment. The Government of Canada is committed to ensuring efficient market access and modernizing shared borders. With DFAIT, Industry Canada has an important role to play, in working multilaterally and bilaterally with our international partners to eliminate barriers where they exist, to strive toward mutually recognized standards, and to defend Canadian interests abroad. Domestically, Industry Canada works closely with provincial and territorial governments to facilitate the removal of barriers to internal trade.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
Canadian companies face barriers to trade in foreign markets. Domestic market restrictions hamper a firm's ability to reach the critical mass to succeed internationally, and place Canadian companies at a competitive disadvantage in their own market. There are various gaps in the harmonization of standards, policies and regulations. The Agreement on Internal Trade does not cover a number of barriers and sectors, including energy.	• Promote and defend Canada's trade interests multilaterally, bilaterally and within regional trade agreements (e.g. WTO, Costa Rica and Central America). • Resolve disputes with trading partners while maintaining desired Canadian policy objectives (**http://strategis.gc.ca/SSG/bi18509e.html**). • Support sustainable development by negotiating and monitoring the implementation of international environmental agreements. • Foster a greater understanding of the relationship among trade, social and environmental issues. • Develop an integrated approach for the next WTO services negotiations to ensure that telecommunications and e-commerce service providers' requirements are met (**http://services2000.ic.gc.ca**). • Negotiate sector-specific Mutual Recognition Agreements and Memorandums of Understanding to open doors for Canadian companies. • Incorporate an energy chapter as part of the Agreement on Internal Trade and identify mechanisms to make progress toward eliminating barriers not presently addressed by the agreement.

Export capability and preparedness

Successful exporters are important contributors to a dynamic economy. Studies show that exporting firms are more profitable, and employees in exporting firms enjoy higher salaries than those in non-exporting firms. In spite of this, only a limited number of firms in Canada are exporting. The 50 largest exporters account for almost 50 percent of Canada's exports. There is an opportunity to increase the number of exporters and to improve the export performance of these firms.

Canadian exporters face numerous challenges. Studies have shown that almost 50 percent of firms that become active in international markets have done so within two years of their founding. Not only are they new to the business world, they are new to the export world and are often lean in human and financial resources. Given our proximity to the United States and the similarities in language and culture, many first-time exporters often look to the U.S. market for their export business opportunity, although others choose more distant markets. New exporters have many basic questions about the mechanisms of exporting and getting goods across borders. As well, many new exporters quickly move beyond the U.S. market to markets offshore and, in some product areas, look overseas for first-time export opportunities.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
Potential exporters may not be aware of the benefits of exporting and/or may not have knowledge of exporting practices and mechanisms. Smaller companies, particularly in the new, knowledge-intensive industries, have difficulty in securing support when they attempt to expand into international markets.	• Increase our understanding of the economic challenges and opportunities facing Canada with North America's three-country economic space. • Develop new products and services that address the needs of new exporters. • Support the continued operation of Team Canada Inc's *ExportSource* (**http://exportsource.gc.ca**) and the toll-free Export Information Service (1-888-811-1119) operated by the network of Canada Business Service Centres. • Coordinate initiatives and services to under-represented exporters through the Aboriginal International Business Development Committee.

International Trade Centres

With its 10 International Trade Centres (ITCs) and two ITC satellite offices located across Canada, Industry Canada is ideally situated to work closely with Canadian exporters, especially SMEs, to help them become better prepared to export and to improve their capacity to develop a sustained export presence. The ITCs have excellent networks in the regions and will continue to work with the Regional Trade Networks that include provincial, regional and local governments, Chambers of Commerce, non-governmental agencies and private sector associations to respond to the specific needs of business in each region (*see also Section 6.7*).

International market development

As experienced Canadian exporters seek to increase and diversify their markets, they need information and intelligence on foreign markets in order to make informed business decisions and be able to react swiftly to opportunities. In addition, Canadian businesses are now well established in the new economy — in industries such as telecommunications and new media, biotechnology, advanced manufacturing, and new environmental technologies. In view of the growing worldwide demand for these high-value-added products, there is a need to market our strengths and to brand Canada as a leader in high technology.

Trade Team Canada Sectors

Trade Team Canada Sectors provide services to Canadian companies, including trade missions, trade fairs to showcase Canadian capabilities, the provision of contacts for Canadian companies abroad, and the provision of information and intelligence about target markets and business opportunities.

These national trade teams bring industry and government together to plan and deliver trade activities in the following key sectors:

- aerospace and defence
- automotive
- bio-industries
- electric power equipment and services
- environmental industries
- health industries
- information and communications technologies
- plastics
- service industries and capital projects
- wood and other building products.

http://ttcs.ic.gc.ca

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
More Canadian companies need to recognize and act swiftly upon foreign market opportunities. They need: • information and intelligence on foreign markets and export opportunities that can help them make informed business decisions, access new markets, and secure greater export sales; • appropriate contacts and networks that facilitate access to foreign markets; and • an understanding of innovative approaches that can be used to develop international business.	• Provide on-line market information intelligence and other trade services, such as Virtual Trade Shows and the International Activities Data Base (**http://strategis.gc.ca**). • Fully launch SourceCAN, an on-line data base of Canadian company capabilities that enables automated bid matching (**http://www.sourcecan.com**). • Through the Sustainable Cities Initiative, partner with the private sector and NGOs to develop integrated solutions to the complex problems caused by rapid urban growth in emerging and developing economies. • Brand Canada and expose Canadian companies to foreign clients by organizing a Canadian presence at key global trade shows. • Promote joint ventures, partnerships, and alliances between Canadian and foreign firms. • Pursue the proposal to establish a Canadian Development Finance Institution to provide funding for early-stage project development in emerging economies. • Promote Canadian capabilities through the technical, regulatory and managerial training of foreign decision makers. • Identify, match and strategically disseminate foreign business leads to Canadian companies through Team Canada Inc's export leads sourcing centre, the International Business Opportunities Centre (IBOC). IBOC provides personalized sourcing and matching services, as well as electronic sourcing services, such as E-Leads® (**http://www.iboc.gc.ca**).

A more coordinated and cohesive approach to international trade development

The Department works with an extensive network of Team Canada Inc members to bring programs and services to the Canadian exporting community in an integrated manner.

Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	Activities
There is a need for more integrated Industry Canada trade development programs, for greater coordination and integration with the Department's partners through Team Canada Inc, and for better communication and marketing of Team Canada Inc partner services.	• Support Team Canada Inc. • Support the Regional Trade Networks by providing new tools, training and products.

C. How Industry Canada Contributes to *Results for Canadians*

Results for Canadians provides a management framework for the Government of Canada. It has defined a medium-term agenda for management change that focusses on six major initiatives. Industry Canada will contribute to the change agenda as highlighted below.

Citizen-Centred Service Delivery

To achieve the agenda set out by *Results for Canadians*, departments are to focus on client satisfaction (through the Service Improvement Initiative), improved citizen access (through Service Canada), and the modernization of service delivery (through Government On-Line). The second phase of the Service Improvement Initiative requires each lead department

- to set annual targets for the improvement of client satisfaction;
- to have service improvement plans based on client priorities;
- to take action on key clients' priorities;
- to report on performance against service standards; and
- to report client satisfaction against baseline data.

In the coming year, the Department's focus related to the Service Improvement Initiative will be on the areas that provide direct services to the Canadian public. Service standards that have been set over the past few years will be revisited and will continue to be tracked on a regular basis. Following a series of independent assessments against national quality award criteria, service improvement plans will be finalized and implementation will continue over the next three years. Finally, client satisfaction baseline data will be set and tracked for the following key services:

- the Office of the Superintendent of Bankruptcy Canada's Insolvency Name Search
- the Canadian Intellectual Property Office Web site
- FedNor's contribution program
- Aboriginal Business Canada's contribution program
- the Corporations Directorate On-line Incorporation Service
- the *ExportSource* Internet portal (**http://exportsource.gc.ca**) available to companies actively exporting or hoping to export
- Spectrum's land fixed/land mobile licensing
- International Trade Centres outreach events.

Annual targets will be established for each of these services, and client satisfaction levels will be tracked against these targets on an annual basis. Service Improvement Initiative efforts will also begin to be expanded into other areas of the Department.

Network of Canada Business Service Centres

The network of Canada Business Service Centres (CBSCs) provides established SMEs and new entrepreneurs with a client-centred business information and referral service. The CBSCs are managed by Atlantic Canada Opportunities Agency, Western Economic Diversification Canada, Canada Economic Development for Quebec Regions and Industry Canada (for Ontario, the Yukon Territory, the Northwest Territories and Nunavut).

To coordinate CBSC activities into the broader change agenda of *Results for Canadians*, the centres are working with Service Canada to create seamless links between the in-person and telephone service delivery networks.

The CBSCs also contribute significantly to the BusinessGateway.ca Web site (**http://businessgateway.ca**), which was developed as part of Government On-Line. Specifically, the CBSCs are involved in Business Start-up Assistant, Programs A-Z (comprehensive business programs and services data base) and Business Tools such as the Interactive Business Planner. The annual report for 1999–2000 (**http://www.cbsc.org/annual_report**) provides a comprehensive look at the achievements and performance of the CBSCs.

Government of Canada On-Line

How will government improve the management of its programs to better serve Canadians?

One of the key objectives of the Government On-Line initiative is to promote integrated service delivery to Canadians, organized by client needs and across departmental boundaries. Industry Canada has led the development of a number of partnership sites for businesses and consumers: BusinessGateway.ca (**http://businessgateway.ca**), Innovation in Canada (**http://www.ic.gc.ca/scdt/innovation/interface2.nsf/engdoc/0.html**), Sources of Financing (**http://strategis.gc.ca/sources**), *ExportSource* (**http://exportsource.gc.ca**), Business Start-Up Assistant (**http://sade.rcsec.org**) and the Canadian Consumer Information Gateway (**http://www.consumerinformation.ca**). Also, *Strategis* has undergone a major redesign with the objective of providing clients with access to comprehensive information and service. All of these sites have been designed and will evolve based on client priorities and requirements derived from comprehensive client feedback.

Rollout of departmental transaction services

While the Speech from the Throne set a target of 2004 for Government On-Line, Industry Canada has set itself an accelerated target of 2003 for electronic service delivery, in light of the importance of Government On-Line to the take-up of e-commerce in all parts of the economy. Twenty-two key Industry Canada services have been identified that are targeted to businesses, consumers, local communities and students.

Last year, Industry Canada met the requirement for Tier One, information and forms on-line, across the entire Department. The next stage is to get transactions on-line, and currently three services have fully implemented the Tier Two requirement: filings under Investment Canada, the Ethics Counsellor's Lobbyists Registration System and the Newly Upgraded Automatic Name Search (NUANS).

Other key services are on-line with additional components to be completed by 2003: the business portal and sub-portals, CBSC Web site and products, Bankruptcy Search, Federal Incorporations, trade-marks, patents, copyrights and industrial designs registration (Canadian Intellectual Property Office), Radio Frequency Spectrum Management, Invest in Canada, CA numbers and advisory opinions (Competition Bureau), and other organizations such as Information Highway Applications Branch, and the Office of Consumer Affairs. These key services will be featured on *Strategis*.

Modern Comptrollership

Industry Canada has joined 14 other departments as a comptrollership pilot department. The Department will be conducting a baseline assessment of its modern management practices. The results will drive a plan for action to address gaps or improve capacity in specific areas. Furthermore, the implementation of the Financial Information Strategy will provide a solid foundation on which to move forward on the Department's modern management agenda. During the next year, Industry Canada will be assessing how best to benefit from this enhanced information to improve decision making within the Department. This includes how best to prepare its managers in the financial management area to fully benefit from this newly available integrated information and what type of reports will best serve management needs to measure results.

Improved Reporting to Parliament

Improved reporting to Parliament aims to provide parliamentarians and Canadians with high-quality information about the Government of Canada's plans and achievements. Not only is it intended to improve the expenditure management documents supplied to Parliament, such as the Reports on Plans and Priorities and the Departmental Performance Reports, it is also intended to sharpen the focus on results and on performance information. Further, it allows Canadians an opportunity to better understand, as well as shape, public policy.

With the aim of improving its reporting to Parliament, Industry Canada has adopted a results-based management approach to ensure that clients, stakeholders, beneficiaries, parliamentarians and the general public understand how the Department is making a difference for Canadians. This approach also ensures that management decision-making is based more extensively on performance information that distinguishes between program strengths and weaknesses, and provides guidance on what does and does not work. This in turn supports a culture of learning and continual improvement.

This report is based on a corporate-level performance framework that demonstrates how the Department's programs and activities contribute to the strategic objectives of the Department, and ultimately to the broader government agenda. In developing the performance framework, it was recognized that Industry Canada can exert only an indirect influence over certain elements of the economy and that many other factors determine innovation levels, trade and investment flows, the degree of connectedness in Canada, and general marketplace behaviours. The Department exerts more direct influence over the constituencies with which it deals and can encourage certain determinants of marketplace behaviour. That is why the key commitments and planned results of each of the strategic objectives (*see Section 3B*) focus on the challenges and the problems or "gaps" that the Department will address during the planning period. Through the achievement of the corresponding activities, the Department's planned result is to close those gaps and thus realize its key commitments.

Industry Canada recognizes that its performance planning and reporting can be improved by placing more emphasis on the results of its activities. Departmental effort is now being directed at developing a corporate performance measurement strategy that will identify the operational requirements for gathering and reporting performance information for both internal and external use. This will be followed by an implementation phase to produce timely and meaningful information for management purposes. It is expected that, over the coming years, corporate-level performance management efforts, including efforts to modernize comptrollership, will position the Department to better fulfil its management and external reporting responsibilities.

Program Integrity

Program integrity is an ongoing appraisal of the state of departmental and agency operations led by Treasury Board of Canada, Secretariat (TBS). From an overall government perspective, program integrity aims to ensure the integrity of programs that are critical to the health, safety and well-being of Canadians and to ensure a balanced distribution of resources between existing programs and potential new initiatives, so that the overall program mix achieves the right results for Canadians. Industry Canada will continue to assess its programs and priorities in close consultation with TBS, with a view to ensuring that the Department's programs and services remain relevant for Canadians.

Developing an Exemplary Workplace

Industry Canada will support program areas through an integrated recruitment, retention and representation strategy responsive to their needs and reflective of the diverse population they serve.

Recruitment

- University recruitment marketing strategies now include increased participation at Campus Career Fairs, especially at Francophone universities and universities with large populations of Aboriginal people and visible minorities, and the promotion of opportunities in various recognized publications.
- Bridging programs for co-op students are enriched to promote long-term employment.
- Increased delegated authority for recruitment without competition and recruitment of non-Canadians for certain groups is being sought from the Public Service Commission of Canada.

Retention

Industry Canada's success in delivering the programs and services that support its five strategic objectives depends on the talents, skills and motivation of its employees.

- A Leadership Development Program for EX minus 1 and 2 levels is ongoing.
- Best practices in workplace well-being, particularly work-life balance, are being implemented.
- The offer of stimulating work, a positive environment, career and skills development opportunities and, leading-edge technology will continue to be at the core of our retention strategy.

Representation

Industry Canada strives to build a work force that is representative of the population it serves.

- University campus associations for Aboriginal people and for persons with disabilities and Employment Equity Job Fairs have been targeted; active involvement in the Aboriginal Recruitment Project will be sustained.
- Active participation in the Aboriginal Career Development Initiative Pilot will facilitate interdepartmental assignments to provide training and career development opportunities for Aboriginal employees in the Department.
- The sensitization of managers to the important representation issues currently at play and to the critical importance of a representative work force in the delivery of its mandate will continue.

www.ic.gc.ca

Section 4: Joint Initiatives

A. Horizontal Initiatives

Significant Regulatory Proposals

Regulation	Expected Result
Canada Small Business Financing Act (CSBFA) — Capital Leasing Pilot Project Regulations.	Planned for pre-publication in the *Canada Gazette*, Part I in July 2001. The proposed regulations would extend the CSBFA to capital leasing, which would give small businesses a significant new alternative in having their financing needs guaranteed under the CSBFA.
Radiocommunication Regulations — Non-Broadcast Radio Licensing Fee Reform — A new licence fee structure for non-broadcast spectrum must be put in place because new technology has dictated the need for a change.	There will be a new licence fee structure for non-broadcast spectrum that is simple, flexible and fair for all applicants.

Sustainable Development Strategy

Industry Canada's sustainable development strategy for 2000–03 is guided by a commitment to promote sustainable development as part of its mandate to create the foundation for a more productive, competitive, knowledge-based economy. This vision calls for the Department to play a leadership role and form partnerships to promote sustainable development through three sustainable development objectives, nine related intended results, and the delivery of 29 specified actions.

The new strategy builds on the first strategy, but it is different in both structure and content. Whereas the first strategy was anchored on a theme of learning and discovery, the new strategy reflects a theme of leadership and partnership and is more proactive and focussed. It also places more emphasis on strengthening management practices.

The following three sustainable development objectives set the strategy's direction:

- productivity through eco-efficiency;
- environmental technologies; and
- integrating sustainable development into decision making.

Implementation

The strategy presents 29 specific action plan items and corresponding performance indicators to implement the sustainable development objectives and targets as presented in the tables on the following pages. The action plan items found under the first and second objectives related to eco-efficiency and environmental technologies are oriented toward the Department's external obligations to clients and stakeholders (including industry outreach and partnerships). Action items in the third objective, concerning the integration of sustainable development into decision making, are largely concerned with the internal operations of the Department.

The effective implementation of the strategy will be reinforced by the third sustainable development objective and its corresponding action plan items. These action plan items cover the full spectrum of the "plan, do, check and improve" phases of the Department's management system. For example, they are aimed at continuing to deepen and broaden the awareness of employees, strengthen the involvement of senior management, refine the monitoring and reporting system, and integrate sustainable development into the corporate planning and evaluation phases. All of these will help to ensure that the strategy is successfully implemented.

In terms of the linkages between Industry Canada's corporate strategic objectives and the new strategy, the innovation strategic objective is supported by the majority of the strategy's action items. These action items also generally support the other four departmental strategic objectives (connectedness, marketplace, investment and trade) as well as the corporate and management services support function. The Department will continue to work toward further integrating sustainable development-related activities under each of the four strategic objectives.

The action plan items and their related work task commitments are presented under the three-year time line, consistent with the strategy's mandate. This approach is considered to be efficient and pragmatic from an implementation perspective, as learned from the experience of implementing the Department's first strategy. In order to take advantage of certain opportunities and respond effectively to constraints, both schedules and resources need to be flexible.

The Department will develop, and have available upon request, a detailed implementation plan that identifies responsibility centres, resources and time lines for each of the actions. There will also be a progress report on the action items that will be presented biannually to both management and the public. The progress reports will present performance results in the context of the deliverables and indicators described in the tables below. This will provide accountability and transparency with respect to the delivery of the action plan commitments.

The sustainable development Web site contains more information on the expected deliverables, as well as the timing, of the individual action items (**http://strategis.gc.ca/sd**).

Intended Results, Deliverables and Performance Indicators

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OBJECTIVE:
Enhance the capacity of Canadians, industries and firms to develop and use eco-efficient practices, tools, technologies and products that contribute to increased productivity and environmental performance.

TARGET:
Work in partnership with industry and others to demonstrate the contribution of eco-efficiency to enhancing productivity and environmental performance through capacity building in R&D and skills, applying the tools in the marketplace, and measuring success initiatives. By 2003, successfully complete eight identified action plan deliverables.

Intended Results	Deliverables: Action Plan Items to Achieve Results	Performance Indicators
Capacity building in R&D and skills	• Supporting the establishment of Research Chairs • Supporting the establishment of Networks of Centres of Excellence (NCEs)	• Number of research areas assessed and supported • Number of NCEs assessed and supported
Applying the tools in the marketplace	• Assisting SMEs to use eco-efficient practices, tools and technologies, and promoting the adoption of environmental standards • Developing and encouraging the use of voluntary non-regulatory initiatives • Assessing the extent to which environmental labelling assists consumers • Identifying opportunities for the Internet and associated information and communications technologies (ICTs) to contribute to eco-efficiency	• Number of workshops, tools developed and pilot projects • Number of voluntary agreements developed with industry sectors • Number of progress reports • Number of Internet assessments made or information products developed
Measuring success	• Furthering the development of eco-efficiency and sustainable development indicators and examining the environmental reporting practices of Canadian industry • Encouraging industry's social responsibility through an assessment of best practices and improving guidelines and indicators	• Number of indicators developed and extent of surveys conducted • Number of reports on best practices or guidelines

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OBJECTIVE:
Facilitate the development and diffusion of environmental and enabling technologies that produce long-term economic and environmental benefits.

TARGET:
Work in partnership with industry, other federal and provincial government departments and other key partners to facilitate the development and/or diffusion of environmental and enabling technologies that produce long-term economic and environmental benefits for Canada. By 2003, successfully complete 12 identified action plan deliverables.

Intended Results	Deliverables: Action Plan Items to Achieve Results	Performance Indicators
Promoting technology innovation	• Investing in innovative environmental and enabling technologies through Technology Partnerships Canada (TPC) • Supporting the establishment and operation of the Sustainable Development Technology Fund (SDTF) • Supporting the R&D of innovative intelligent systems solutions through Pre-competitive Applied Research Network (PRECARN) III • Working with the Canada Foundation for Innovation (CFI) to support a research infrastructure	• Number of sustainable development projects supported by TPC, dollar amount invested by TPC, and amount of innovation spending leveraged • Number of sustainable development projects supported per annum by SDTF, PRECARN and CFI
Working together through strategic partnerships	• Developing and implementing the Pathways to Growth for Environmental Technologies Sector Strategy • Promoting and monitoring progress of Genome Canada Inc. • Supporting and undertaking Technology Roadmaps (TRMs) in key strategic areas • Expanding International Business Development through the identification and marketing of Canada's environmental technologies • Supporting international urban pilot projects through the Sustainable Cities Initiative	• Level of participation of other government departments, provinces and industry in the development and implementation of the Pathways to Growth Strategy for Environmental Technologies • Level of participation of Industry Canada in Genome Canada Inc. activities • Number of technologies identified, and number of industry commitments to technology development and commercialization-related actions arising from a TRM • Extent of improved market access to domestic and global market opportunities for Canadian environmental companies
Encouraging new approaches	• Supporting the development and implementation of the National Implementation Strategy on Climate Change • Encouraging and supporting the continued development of the fuel cell industry • Promoting industrial sustainability through biotechnology	• Participation of industry stakeholders in National Climate Change process, and completion of detailed analysis of options for addressing climate change and their economic implications • Development and adoption of fuel cells in both industry and government • Canadian Biotechnology Strategy partnering, funding levels supporting initiatives, consultations with public and annual reports

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OBJECTIVE:
Improve the integration of sustainable development considerations into departmental decision making, including the development and delivery of departmental policies, plans and operations.

TARGET:
Improve the integration of sustainable development considerations into Industry Canada's decision making in the planning, implementation and evaluation phases of the Department's management system. By 2003, successfully complete nine identified action plan deliverables to improve decision making.

Intended Results	Deliverables: Action Plan Items to Achieve Results	Performance Indicators
Improving planning practices	• Expanding sustainable development considerations in corporate planning • Enhancing environmental assessment approaches and use • Supporting sustainable development outside the Department • Conducting sustainable development policy research	• Extent of guidelines and information made available to staff and management • Number of project and strategic environmental assessments conducted • Level of participation by Industry Canada in supporting sustainable development in outside fora and files • Number of policy research studies conducted on sustainable development
Enhancing implementation and operationalization of sustainable development	• Increasing senior management involvement • Expanding monitoring and reporting of sustainable development actions • Improving sustainable development training and awareness • Enhancing greening operations	• Level of assessment of sustainable development impacts and opportunities on proposals brought to senior management • Level of senior management support • Number of reports on progress to departmental staff and stakeholders per annum • Number of participants in courses, workshops and lectures • Performance data on procurement, automotive fleet operations, non-hazardous materials, solid waste • Complete Environmental Management System gap analysis of Department's management system and strategic action plan
Strengthening consideration of sustainable development in evaluation	• Advancing evaluation methods and processes	• Number of evaluation frameworks on departmental initiatives that integrate sustainable development • Development of practical evaluation frameworks for evaluating sustainable development strategy • Completion of a mid-term evaluation on the Department's second sustainable development strategy

B. Collective Initiatives

The following table presents some of the key collective initiatives in which Industry Canada plays a significant or leadership role.

Collective initiatives are programs, strategies or activities that are undertaken and achieved through public policies, and that involve more than one jurisdiction, department or partner working toward shared objectives to achieve a specific mandate.

Collective Initiative	Key Commitment	Partner(s)	Planned Results
Access to Capital (a component of the Aboriginal Business Development Initiative)	Strengthen the institutional capacity of Aboriginal developmental lending institutions and foster increased availability of capital for developmental lending.	• Industry Canada • Canada Economic Development for Quebec Regions (CED) • Atlantic Canada Opportunities Agency (ACOA) • Indian and Northern Affairs Canada (INAC) • Western Economic Diversification Canada (WD)	An estimated 36 Aboriginal financial institutions will gain access to the programming available. It is estimated that Aboriginal financial institutions will establish more than $18 million in credit lines that will be used to make direct loans to Aboriginal business. The capacity of Aboriginal financial institutions will be increased. **http://strategis.gc.ca/abc** (Aboriginal Business Canada) **http://nacca.net/aboutus.htm** (Access to Capital)
Canshare	Improve cooperation and coordination among law enforcement agencies across Canada by combining information from complaints related to consumer protection or market fairness.	• Industry Canada • Ontario Provincial Police (Project PhoneBusters) • Provincial and territorial governments	The enforcement of provincial/territorial and federal legislation will be facilitated.

Collective Initiative	Key Commitment	Partner(s)	Planned Results
Connecting Canadians Interdepartmental Committee	Determine a course of action that secures the future well-being of our citizens, through a horizontal agenda.	• Industry Canada • AAFC • ACOA • Canada Customs and Revenue Agency • Canadian Coast Guard • CED • Canadian International Development Agency (CIDA) • Citizenship and Immigration Canada • Department of Canadian Heritage • Department of Finance Canada • Department of Justice Canada • DFAIT • Environment Canada • Health Canada • HRDC • INAC • NRCan • Public Works and Government Services Canada (PWGSC) • Solicitor General Canada • Statistics Canada • Treasury Board of Canada • WD	All citizens will benefit from the new networked economy. A competitive labour force that increases and retains our best and brightest will be established. Businesses will be helped to adopt and adapt to the new digital business platform. Citizens and businesses will be able to realize the benefits of nationwide broadband maps networks.
Deceptive Telemarketing Prevention Forum	Apprise and educate consumers in the area of deceptive telemarketing practices through the implementation of a public education strategy.	Various members from government, not-for-profit organizations and the private sector, including Bell Canada, Canada Post, the RCMP, and Industry Canada as Forum Chair.	There will be a change in the behaviour of consumers with the goal of reducing their risk of becoming victims of deceptive telemarketing practices. Assistance will be provided to forum members for the implementation and delivery of the strategy.

Collective Initiative	Key Commitment	Partner(s)	Planned Results
G8 dot force	Identify measures that will help bridge the digital divide between countries by participating in high-level discussions organized by the G8.	• Industry Canada • DFAIT • CIDA • International Development Research Centre • Private companies • Civil society representatives	Policy recommendations will be developed. An action plan will be developed for G8 countries and international organizations such as the United Nations, World Bank and OECD.
Interdepartmental Working Group on Oil Price Trends and Implications	Provide a mechanism for the exchange of information and analysis among departments regarding the effects of price increases and the options available to the Government of Canada to mitigate adverse effects.	• Industry Canada • Transport Canada • NRCan (chair) • AAFC • Department of Finance Canada • HRDC • DFAIT • Privy Council Office	Policy coordination will be provided. A federal government-wide communications strategy to provide for fact-based, citizen-focussed communications will be developed.
Interdepartmental New Media Working Group	Coordinate policy in government initiatives that support the creation, promotion and distribution of Canadian digital content.	• Industry Canada (co-chair) • Department of Canadian Heritage (co-chair) • HRDC • ACOA • CED • Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada (NSERC) • NRC	Policy coordination will be provided.

Collective Initiative	Key Commitment	Partner(s)	Planned Results
International Marketing Supervision Network	Develop strategies to prevent and redress deceptive marketing practices with an international component.	Delegates from Australia, Austria, Belgium, Canada, Denmark, Finland, France, Germany, Hungary, Ireland, Japan, the Netherlands, New Zealand, Norway, Portugal, Spain, Sweden, Switzerland, the United Kingdom, and the United States established the network in 1992, with participation from representatives of the OECD and the European Union. The Czech Republic, Greece, Italy, Korea, Luxemburg, Malta, Mexico, Poland, and Slovakia have since joined the network.	Practical action will be facilitated to tackle consumer problems connected with cross-border transactions of goods and services.
Internet Safety Strategy	Raise awareness of the pitfalls of children using the Internet, and strengthen consumer confidence in the Internet.	• Industry Canada • Department of Canadian Heritage • HRDC • Department of Justice Canada • Canada Customs and Revenue Agency • Criminal Intelligence Service Canada • RCMP • Health Canada	Reports about inappropriate Internet content will be prepared. International collaboration will be promoted in developing non-regulatory methods to address inappropriate Internet content. **http://www.connect.gc.ca/cyberwise**
Lawful Access	Ensure that Canadian companies remain competitive in international markets by conducting research and analysis, and consulting with them on approaches to lawful access to communications.	• Industry Canada • Department of Justice Canada • Solicitor General Canada	See **http://e-com.ic.gc.ca/english/crypto/631d15.html**

Collective Initiative	Key Commitment	Partner(s)	Planned Results
National Broadband Task Force	Advise the Government of Canada on how best to make high-speed broadband Internet services available to all Canadian communities by 2004.	• Industry Canada • HRDC • Department of Canadian Heritage • Government On-Line • Health Canada • INAC • Rural secretariat • CANARIE • CRC • Industry stakeholders (digital content producers, rural communities, Aboriginal groups, and users in the education, library and health communities) • Private sector	Recommendations will be made on the Government of Canada's level of involvement. Recommendations will be made on how this could be implemented. **http://broadband.gc.ca**
Partners Against Consumer Telefraud	Provide information and promote awareness of deceptive telemarketing practices, with senior citizens as the primary target audience.	• Industry Canada • Senior Citizen's Secretariat • Better Business Bureau of Canada • Nova Scotia Department of Business and Consumer Services • RCMP	Consumer awareness will be increased regarding deceptive telemarketing activities.
Project Emptor	Target cross-border deceptive telemarketing and deceptive mail operations, through a collaborative enforcement initiative of Canadian and U.S. law enforcement agencies.	• Industry Canada • RCMP • British Columbia Auditor General • U.S. Federal Trade Commission • U.S. Federal Bureau of Investigation	Effective strategies will be devised and implemented to deal with cross-border deceptive telemarketing and deceptive mail operations.

Collective Initiative	Key Commitment	Partner(s)	Planned Results
SchoolNet GrassRoots Program	Facilitate the integration of information and communications technologies (ICTs) into K–12 learning and teaching. Contribute to the development of the skills and spirit of innovation of Canada's youth by stimulating the use of the Internet and ICTs in a classroom learning environment.	Federal, provincial and territorial governments, universities and colleges, education associations, not-for-profit organizations and the private sector.	Twenty thousand on-line classroom projects involving Canada's 5 million K–12 students will be supported. The acquisition of academic, employability and computer skills will be fostered. Unique and relevant Canadian content on the Internet will be built. ICTs will be integrated into learning. Increased usage and training opportunities will be facilitated.
SkillNet.ca	Offer recruitment services to job-seekers and employers in areas and industries poorly served by commercial on-line career services.	• Industry Canada • Canadian Association of Career Educators and Employers • Canadian Aviation Maintenance Council • Canadian Nurses Association • Canadian Tourism Human Resources Council • Cultural Human Resources Council • Centre for Education and Training (Peel School Board) • Volunteer Canada	See **http://www.skillnet.ca**

Collective Initiative	Key Commitment	Partner(s)	Planned Results
Team Canada Inc	Create jobs and prosperity by assisting Canadian firms to take full advantage of international business opportunities and by facilitating the flow of investment and technology.	• Industry Canada • AAFC • ACOA • Business Development Bank of Canada • Canada Customs and Revenue Agency • CED • Department of Canadian Heritage • Canada Mortgage and Housing Corporation • Canadian Commercial Corporation • Fisheries and Oceans Canada • CIDA • DFAIT • Environment Canada • Export Development Corporation • HRDC • INAC • National Farm Products Council • NRC • NRCan • PWGSC • Statistics Canada • Transport Canada • WD	See **http://exportsource.gc.ca**
Toronto Strategic Partnership	Establish a framework for cooperation and coordination with respect to the enforcement of deceptive marketing practices laws.	• Industry Canada • Ontario Ministry of Consumer and Commercial Relations • Toronto Police Service • Federal Trade Commission (Bureau of Consumer Protection) • U.S. Postal Inspection Service	Law enforcement activities will be coordinated to identify fraudulent, deceptive and misleading marketing practices. Information sharing among the parties will be facilitated.

Collective Initiative	Key Commitment	Partner(s)	Planned Results
Youth Employment Strategy (YES)	Help young Canadians gain access to career information, learning opportunities and work experience.	• Industry Canada • Department of Canadian Heritage • HRDC • Environment Canada • NRCan • AAFC • Student Connection Program (**http://scp-ebb.com**) • SchoolNet Youth Employment Initiative (**http://www.schoolnet.ca/yei**) • Computers for Schools Technical Work Experience Program (**http://www.schoolnet.ca/cfs-ope**) • Community Access Youth Employment Project (**http://cap.ic.gc.ca**) • Information Highway, Science and Entrepreuneurship Camps (**http://www.schoolnet.ca/ise**) • Canada's Digital Collections (**http://collections.ic.gc.ca**) • NetCorps Canada International (**http://www.netcorps-cyberjeunes.org**)	Young people will be provided with information and opportunities to help them get the skills, knowledge and work experience they need for a successful career. A number of existing Government of Canada programs and services for youth will be brought together. New youth programs and services will be created through partnerships with business, labour, industry, non-profit organizations, communities and other levels of government. **http://www.youth.gc.ca/YES**

Section 5: Financial Information

5.1 Summary of Transfer Payments by Business Line

(thousands of dollars)	Forecast Spending 2000–2001	**Planned Spending 2001–2002**	Planned Spending 2002–2003	Planned Spending 2003–2004
Grants				
Micro-Economic Policy	1,000.0	**1,000.0**	1,000.0	1,000.0
Marketplace Rules and Services	45.0	**45.0**	45.0	45.0
Total Grants	**1,045.0**	**1,045.0**	**1,045.0**	**1,045.0**
Contributions				
Micro-Economic Policy	12,698.0	**13,348.0**	10,848.0	10,848.0
Marketplace Rules and Services	1,000.0	**1,690.0**	1,690.0	1,690.0
Industry Sector Development	668,289.0	**757,295.0**	817,571.0	552,302.0
Total Contributions	**681,987.0**	**772,333.0**	**830,109.0**	**564,840.0**
Total Grants and Contributions	**683,032.0**	**773,378.0**	**831,154.0**	**565,885.0**

5.2 Details on Transfer Payment Programs

	Planned Spending 2001–2002
Micro-Economic Policy	
Grant to the Canada–Israel Industrial Research Development Foundation	1,000,000
Contribution to the International Telecommunications Union, Geneva, Switzerland	6,808,000
Contributions under the Canada Community Investment Program	2,400,000
Contributions under the Small Business Infrastructure Pilot Program	100,000
Contribution to the Canadian Institute for Advanced Research	3,490,000
Contribution to the Internal Trade Secretariat	550,000
Marketplace Rules and Services	
Grant to the Radio Advisory Board of Canada	45,000
Contributions to various organizations working in the consumer interest	1,690,000
Industry Sector Development	
Contribution to the Canadian Network for the Advancement of Research, Industry and Education (CANARIE)	22,778,000
Contributions under the Community Futures Program	20,060,000
(S) Insurance payments under the Enterprise Development Program and guarantees under the Industrial and Regional Development Program (IRDP)	10,000,000
Contributions under the Aboriginal Business Canada Program	34,291,000
Contributions under the Northern Ontario Development Fund	47,800,000
(S) Liabilities under the *Small Business Loans Act*	49,000,000
(S) Liabilities under the *Canada Small Business Financing Act*	11,000,000
Contributions under the Technology Partnerships Canada Program	356,813,000
Contributions under the Canada/Quebec Agreement on Industrial Development	1,805,000
Contributions under the SchoolNet/Community Access Program	47,003,000
Contributions under the Information Highway, Science and Entrepreneurship Camps Program	345,000
Contributions under the Smart Communities Program	22,400,000
Contribution to the Industrial Research and Development Institute	1,000,000
Contributions under the Infrastructure Canada Program	133,000,000

N.B. The objectives of Industry Canada's active grants and contributions programs can be found in Section 6.3, page 74.

5.3 Source of Respendable and Non-Respendable Revenue

(millions of dollars)	Forecast Revenue 2000–2001	**Planned Revenue 2001–2002**	Planned Revenue 2002–2003	Planned Revenue 2003–2004
Respendable Revenue				
Bankruptcy and Insolvency Supervision	16.0	**20.0**	20.0	20.0
Intellectual Property Protection and Dissemination Revolving Fund	55.7	**76.9**	82.8	88.1
Competition Law and Policy	6.0	**6.0**	6.0	6.0
Communications Research	9.7	**9.7**	9.7	9.7
Sub-Total Respendable Revenue	**87.4**	**112.5**	**118.5**	**123.8**
Non-Respendable Revenue				
Bankruptcy and Insolvency Supervision	0.4	**0.4**	0.4	0.4
Corporations Regulation	12.5	**13.1**	13.7	14.4
Measurement Regulation	4.4	**2.0**	2.0	2.0
Consumer Labelling and Advertising Regulation	0.1	**0.1**	0.1	0.1
Spectrum Management*	1,688.2	**206.3**	206.3	206.3
Refund of Previous Year's Expenditures	4.9	—	—	—
Return on Investment	13.1	**12.1**	11.5	10.8
Development	1.4	**1.0**	0.9	0.8
Small Business Loans Act / Canada Small Business Financing Act Service Fees	34.2	**31.0**	31.0	31.0
Sub-Total Non-Respendable Revenue	**1,759.2**	**266.0**	**265.9**	**265.8**
Total Respendable and Non-Respendable Revenue	**1,846.6**	**378.5**	**384.4**	**389.6**

* Includes $1,481.9 million from the auction of additional PCS Spectrum in the 2 GHz frequency range.

5.4 Net Cost of Program for the Estimates Year

(millions of dollars)	Industry Canada
Net Planned Spending	1,267.0
Plus:	
Services Received without Charge	
Accommodation provided by Public Works and Government Services Canada (PWGSC)	35.0
Contributions covering employees' share of insurance premiums and expenditures paid by Treasury Board Secretariat	18.4
Workers' compensation coverage provided by Human Resources Development Canada	0.7
Salary and associated expenditures of legal services provided by Justice Canada	4.3
Sub-Total	**58.5**
Total Cost of Program	**1,325.5**
Less: Non-Respendable Revenue	266.0
2001–2002 Net Cost of Program	**1,059.5**

5.5 Revolving Fund Financial Statements

Canadian Intellectual Property Office (CIPO) Revolving Fund Statement of Operations

(millions of dollars)	Forecast 2000–2001	**Planned 2001–2002**	Planned 2002–2003	Planned 2003–2004
Revenue	**72.8**	**79.4**	**86.4**	**93.6**
Expenses				
Operating:				
Salaries and employee benefits	38.5	**42.0**	44.3	45.8
Depreciation	14.9	**15.5**	14.3	14.0
Repairs and maintenance	0.4	**0.4**	0.4	0.4
Administrative and support services	17.1	**17.2**	17.3	17.4
Utilities, materials and supplies	1.9	**2.0**	2.1	2.1
Marketing	0.0	**0.0**	0.0	0.0
Interest	0.0	**0.0**	0.0	0.0
Total Expenses	**72.8**	**77.1**	**78.4**	**79.7**
Sub-Total Surplus (Deficit)	**0.0**	**2.3**	**8.0**	**13.9**
Deferred Capital Assistance	6.4	**0.0**	0.0	0.0
Surplus (Deficit)	**6.4**	**2.3**	**8.0**	**13.9**

www.ic.gc.ca

5.6 Revolving Fund Financial Statements (*cont'd*)

Statement of Changes in Financial Position

(millions of dollars)	Forecast 2000–2001	**Planned 2001–2002**	Planned 2002–2003	Planned 2003–2004
Surplus (Deficit)	**6.4**	**2.3**	**8.0**	**13.9**
Add non-cash items:				
Depreciation/amortization	14.9	**15.6**	14.3	14.0
Deferred Capital Assistance	(6.4)	—	—	—
Investing Activities:				
Acquisition of depreciable assets	(4.0)	**(4.6)**	(4.3)	(4.8)
Changes in short- and long-term assets/liabilities	(0.1)	**(4.6)**	(5.7)	(8.0)
Cash Surplus (Requirement)	**10.8**	**8.7**	**12.3**	**15.1**

5.7 Revolving Fund Financial Statements (*cont'd*)

Projected Use of Authority

(millions of dollars)	Forecast 2000–2001	**Planned 2001–2002**	Planned 2002–2003	Planned 2003–2004
Authority*	15.0	**15.0**	15.0	15.0
Drawdown:				
Balance as of April 1	25.4	**36.2**	44.9	57.2
Projected surplus (drawdown)	10.8	**8.7**	12.3	15.1
	36.2	**44.9**	57.2	72.3
Projected Balance at March 31	**51.2**	**59.9**	**72.2**	**87.3**

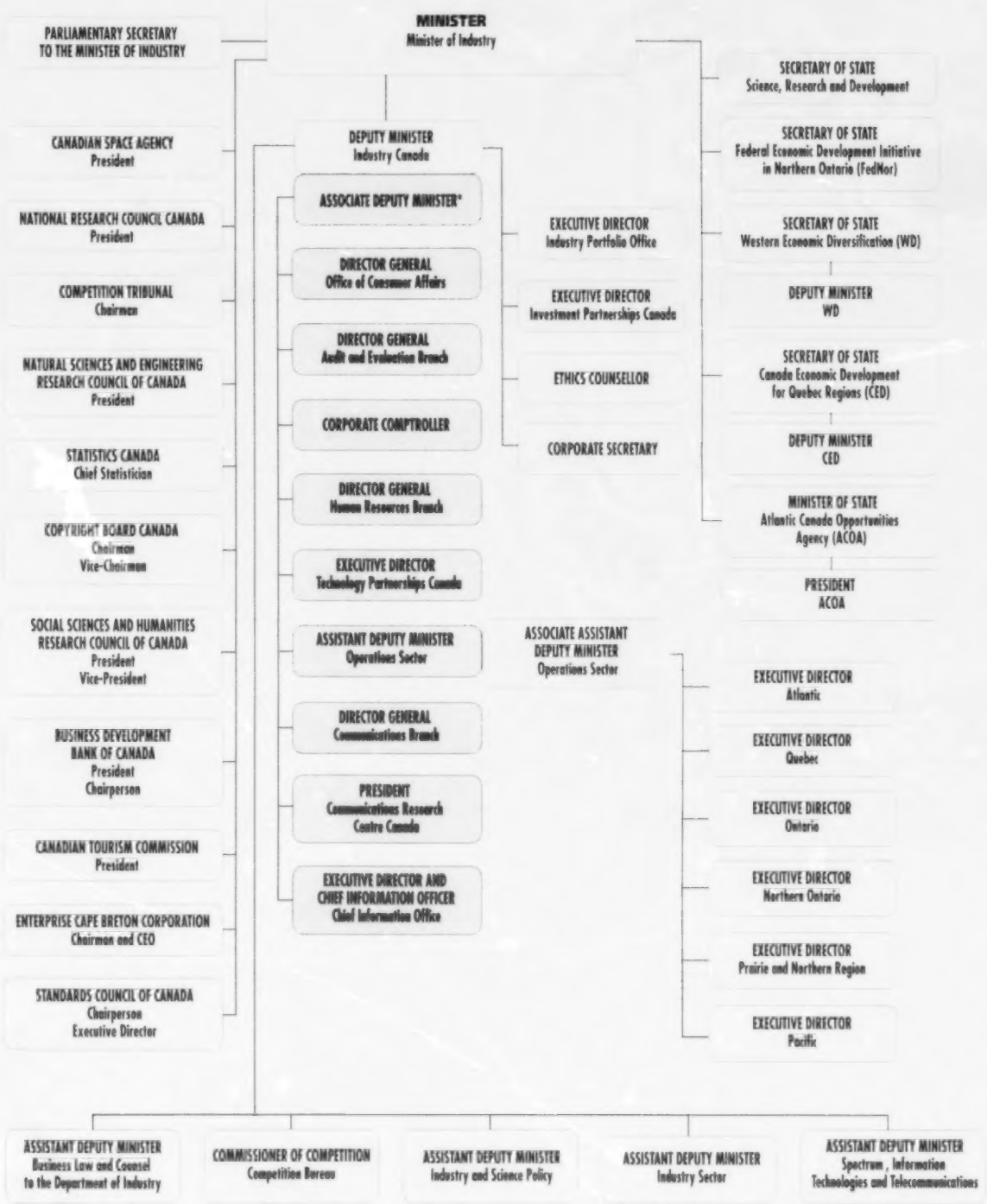
* $15 million is the maximum amount that may be drawn down from the Consolidated Revenue Fund (CRF) at any time.

5.8 Loans, Investments and Advances

(millions of dollars)	Forecast Spending 2000–2001	**Planned Spending 2001–2002**	Planned Spending 2002–2003	Planned Spending 2003–2004
Industry Sector Development				
Payment pursuant to subsection 14(2) of the *Department of Industry Act*	—	**0.3**	0.3	0.3
Loans pursuant to paragraph 14(1)(a) of the *Department of Industry Act*	—	**0.5**	0.5	0.5
Total	—	**0.8**	**0.8**	**0.8**

Section 6: Supplementary Information

6.1 Industry Portfolio Organizational Structure



*Shaded boxes indicate that the Associate Deputy Minister has been designated with responsibility for day-to-day management.

6.2 Industrial and Regional Development Program

Section 14 of the *Industrial and Regional Development Act* states that an annual report to Parliament on the administration of the Industrial and Regional Development Program (IRDP) should be tabled by the first day of the month of June following the close of each fiscal year. Since there are no new commitments to report for the IRDP, Industry Canada is fulfilling its reporting requirements for fiscal year 2000–01, under the provisions of the Report on Plans and Priorities, rather than in a separate annual report.

The IRDP terminated on June 30, 1988. Since that time, no further applications for assistance under the program have been accepted. All financial commitments by Industry Canada under the IRDP have now been fully expended.

The *Industrial and Regional Development Act* remains in effect to allow for the ongoing repayments in future years of the financial assistance previously provided under the program.

6.3 Objectives of Industry Canada's Active Grants and Contributions Programs

The following are programs under which new contributions may be approved, either directly by the Department or through indirect delivery.

Aboriginal Business Development Program

The objectives of this program are the following:

- to increase the number of viable businesses in Canada that are owned and controlled by Aboriginal Canadians, and improve access to business opportunities, increase self-reliance and provide a supportive business environment for Aboriginal Canadians in all areas of Canada;
- to establish, expand and diversify self-sustaining Aboriginal-owned and -controlled capital corporations that provide developmental capital in Canada and that are functionally complementary to the mainstream financial sector;
- to improve access to capital for Aboriginal businesses in Canada that have difficulty obtaining conventional commercial financing;
- to enhance the capacity of Aboriginal financial and business development organizations to provide financial services, business information and developmental support services; and
- to provide Aboriginal Canadians with greater responsibility for economic development initiatives in keeping with the spirit of *Gathering Strength: Canada's Aboriginal Action Plan.*

Aboriginal Business Loan Insurance Program

The objective of this program is to increase commercial enterprise activity by Aboriginal Canadians, as a major step toward enhancing their economic self-reliance, by providing financial and advisory assistance at various stages and for several aspects of enterprise development.

Canada Small Business Financing Program

The objective of the Canada Small Business Financing Program is to encourage participating lending institutions to increase the availability of loans for the establishment, expansion, modernization and improvement of small business enterprises.

FedNor

The overall objective of the FedNor program is to promote economic development in Northern Ontario leading to a strengthening of the national economy and contributing to the successful development of business and job opportunities. The program is expected to generate the following specific results:

- the improvement of access to capital for small business (e.g. increased incidence of lending to small, rural, Aboriginal, Francophone or innovative businesses, high-risk projects and other initiatives);
- the improvement of access to information for small business (e.g. enhanced knowledge and use of the Internet, new technologies, and Industry Canada's services, and an accessible and cost-effective telecommunications infrastructure);
- the improvement of access to markets for small business (e.g. enhanced business competitiveness; enhanced knowledge and use of trade skills); and
- the promotion of sustainable self-reliant communities, including the strengthening of Aboriginal communities and their economies (e.g. greater degree of community-based decision making and delivery, and more active community economic development).
  http://strategis.gc.ca/fednor

Information Highway Programs

Community Access Program

The objective of this program is to provide all Canadians with affordable access to the Internet, as a means of ensuring that Candians benefit from the global, knowledge-based economy and the opportunity to use its technologies, and specifically to establish universal public access sites in urban and rural communities across Canada.
http//:cap.ic.gc.ca

Computers for Schools

The objective of this program is to help schools and libraries take full advantage of the information age by collecting, refurbishing and distributing still valuable surplus computers donated by governments, the private sector, and individuals to schools and libraries across Canada.
http://www.schoolnet.ca/cfs-ope

SchoolNet

The objective of this program is to facilitate the connectivity of all schools, including First Nations schools, and libraries to the Internet. By stimulating using Internet in a learning environment, SchoolNet ensures that the tremendous potential of information and communications technologies (ICTs) is harnessed for the benefit of all Canadian learners, enabling them to compete effectively in the new global, knowledge-based economy.
http://www.schoolnet.ca

NetCorps Canada International

The objective of this program is to provide Canadian youth with international work experience in information technology, while contributing to the efforts of developing countries to increase their capacity in terms of information technology.
http://www.netcorps-cyberjeunes.org

Smart Communities Program

The objectives of this program are the following:

- to assist communities in developing and implementing sustainable Smart Communities strategies;
- to create opportunities for learning through the sharing among communities of Smart activities, experiences and lessons learned; and
- to provide new business opportunities, domestically and internationally, for Canadian companies developing and delivering ICT applications and services.
  http://smartcommunities.ic.gc.ca

Voluntary Sector Network Support Program (VolNet)

The objective of this program is to expand the technological capacity of the voluntary sector by offering connectivity to voluntary organizations, assisting them to acquire computers and providing them with training.
http://www.volnet.org

Ontario Community Futures Program

The objective of this program is to support community economic development by assisting Northern and rural Ontario communities to develop and diversify their economies. Through the support of a network of Community Futures Development Corporations, the program's specific expected results are the following:

- the development and implementation of strategic community economic development plans with other partners in order to strengthen and diversify the local economy;
- the provision of a range of services to small business, including technical advice, counselling, information and referrals; and
- the provision of small business financing of up to $125,000 on commercial terms through locally governed investment funds that offer loans, loan guarantees or equity investments for business start-up, expansion or stabilization, where available financing from other sources is insufficient.

Student Connection Program

As an Industry Canada/Youth Employment Strategy initiative, the Student Connection Program strives to meet the following objectives:

- to promote awareness and to assist Canadian SMEs with their information technology needs, specifically via training in the areas of the Internet and e-commerce;
- to provide valuable and relevant work experience to Canadian youth that ideally will ease their transition from school to work; and

- to continue to maintain a strong national presence by establishing collaborative networks that include government, private sector businesses, educational institutions and other stakeholders.
  http://scp-ebb.com

Support Payments to Consumer Groups and Other Voluntary Organizations Working in the Consumer Interest

The objective of this program is to strengthen the consumer's role in the marketplace, through the promotion of timely and sound consumer research and analysis, as well as to strengthen the financial self-sufficiency of consumer groups and voluntary organizations.

Research Project Contributions

The specific objective of this program component is to strengthen the consumer's role in the marketplace by improving the quality and impact of consumer and voluntary organizations' research and policy development work on consumer issues.

The expected results are the following:

- through sound research and analysis, consumer organizations will have a greater capacity to represent the interests of consumers in public and private decision-making processes;
- project results and final reports will be consulted by peers, stakeholders and other government departments; and
- project results and final reports will contribute to the decision-making process.

Development Contributions

The specific objective of this program component is to strengthen organizations' capacity to diversify revenue sources and increase their level of self-sufficiency.

The expected results are that organizations will have a greater variety of revenue sources and a greater level of financial self-sufficiency.

Technology Partnerships Canada

The objectives of the TPC program are the following:

- to increase economic growth and create jobs and wealth;
- to support sustainable development;
- to maintain and build the industrial technology and skill base essential to a knowledge-based economy;
- to encourage the development of SMEs in all regions of Canada;
- to encourage private sector investment;
- to manage the contributions so that all repayments are recycled into TPC, allowing for future growth;
- to manage the sharing ratios on TPC contributions, with a target of an average TPC sharing ratio of no more than 33 percent (with typical projects sharing ratios between 25 percent and 30 percent); and
- to take an investment approach through sharing in returns as well as in risks.
  http://tpc.gc.ca

The programs below are generally described as "indirect program delivery," whereby a grant or contribution is made to an organization to enable it to provide financial assistance in order to promote economic development within a specific sector, according to preset performance criteria.

CANARIE — Phase III

Within the context of the federal government's infrastructure policy in Building a More Innovative Economy, the Connectedness Agenda, the E-Commerce Strategy, and the National Learning Network strategy, the overall objectives of this program are to enhance the productivity and competitiveness of Canadian industry, especially innovative Canadian ICT companies, with an emphasis on priority (public and private) sectors of the economy (such as e-business, learning, telehealth and intelligent systems) to catalyse the development and diffusion of technologies, advanced applications and services that underpin or use advanced Internet infrastructure, such as CA*net 3, and that are based on open-systems standards. The program's specific objectives are the following:

- to facilitate the development, testing and demonstration of advanced networking applications and related technologies and services;
- to support the development by Canadian industry of software, infrastructure and other products, solutions and services relating to advanced networks and advanced applications;
- to support the diffusion and deployment of advanced networks and advanced applications, including the results of sub-projects undertaken through the Advanced Applications Development Program (AADP);
- to promote awareness of advanced networks and related applications, technologies and services, including the results of projects undertaken through the AADP;
- to promote improved access to and use of advanced networks; and
- to encourage collaboration with and among industry, universities and colleges, schools and school boards, libraries, government research centres and agencies, provincial governments, aligned federal initiatives, and other stakeholders.

Within the next three years CANARIE's expected results include the following:

- Under the E-Commerce program, during 2001–04, CANARIE Inc. will place up to $28 million in cost-shared R&D projects and related activities.
- In the E-Learning and Training Program, CANARIE will follow up on the first cost-shared funding competition (announced in July 1999, with 10 $1-million awards presented in May 2000) with additional competitions to find and launch another more than $10 million worth of innovative, advanced education applications projects across the country.
- On a network technological level, the CA*net 3 national optical backbone will be completed by July 2002.

http://canarie.ca

Canadian Institute for Advanced Research

The objectives of this program are to encourage research excellence in Canada by supporting the work of the Canadian Institute for Advanced Research (CIAR) and fostering its development. The program is expected to generate the following specific results:

- the building of strength in areas that are of long-term scientific, economic and social importance to Canada and that are based on an interdisciplinary approach;
- the encouragement of greater private sector and provincial government investment in basic and applied R&D activities in Canada;
- the provision of help to prevent brain drain by fostering and working to retain qualified personnel in Canada; and
- the encouragement of closer links between the research activities of universities and governments.

http://www.ciar.ca

Genome Canada

Budget 2000 provided a $160-million grant to Genome Canada, and provincial governments are expected at least to match this federal contribution. The objective of this initiative is to enable Canada to become a world leader in selected areas of genomic research by bringing together consortia to deliver genomics research, technology platforms and major genomics projects. The elements include the following:

- the creation of Genome Canada, a not-for-profit corporation that will deliver a Canada-wide partnership-based genomics strategy and enterprise;
- the establishment of five regional Genomics Centres during fiscal year 2001–02 in British Columbia, the Prairies, Ontario, Quebec and Atlantic Canada with large-scale R&D technology platforms and major project initiatives;
- the conducting of major research projects in the sectors of health, agriculture, environment, forestry and fisheries;
- the recruitment and development of the next generation of genomics scientists in Canada; and
- the addressing of public concerns and increasing of public awareness about genomics research.

http://www.genomecanada.ca

PRECARN

The objectives of this program are the following:

- to build an industrial capability in intelligent systems in Canada;
- to provide leadership for collaborative research in intelligent systems by bringing together the complementary capabilities and resources of user-customers, suppliers, technology developers and researchers in a national, industry-driven consortium; and
- to create a competitive advantage for Canadian industry, and social and economic benefits for Canadians, through innovation in intelligent systems.

http://www.precarn.ca

6.4 Acts

Acts Under the Responsibility of the Minister of Industry

DEPARTMENTAL LEGISLATION

Department of Industry Act, S.C. 1995, c. 1

TELECOM LEGISLATION

Radiocommunication Act, R.S. 1985, c. R-2
Telecommunications Act, S.C. 1993, c. 38
Teleglobe Canada Reorganization and Divestiture Act, S.C. 1987, c. 12 (specified functions)
Telesat Canada Reorganization and Divestiture Act, S.C. 1991, c. 52 (policy role)

MARKETPLACE AND TRADE REGULATION

Agreement on Internal Trade Implementation Act, S.C. 1996, c. 17
Bankruptcy and Insolvency Act, R.S. 1985, c. B-3
Boards of Trade Act, R.S. 1985, c. B-6
Canada Business Corporations Act, R.S. 1985, c. C-44
Canada Cooperatives Act, S.C. 1998, c. 1
Canada Corporations Act, R.S. 1970, c. C-32
Companies' Creditors Arrangement Act, R.S. 1985, c. C-36
Competition Act, R.S. 1985, c. C-34
Government Corporations Operation Act, R S. 1985, c. G-4
Investment Canada Act, R.S. 1985, c. 28 (1st supp.)
Lobbyists Registration Act, R.S. 1985, c. 44 (4th supp.)
Canada Small Business Financing Act, S.C. 1998, c. 36
Winding-Up and Restructuring Act, R.S. 1985, c. W-11 (Part I only)

CANADIAN INTELLECTUAL PROPERTY OFFICE (CIPO) LEGISLATION

Copyright Act, R.S. 1985, c. C-42
Patent Act, R.S. 1985, c. P-4
Trade-marks Act, R.S. 1985, c. T-13
Industrial Design Act, R.S. 1985, c. I-9
Integrated Circuit Topography Act, S.C. 1990, c. 37
Public Servants Inventions Act, R.S. 1985, c. P-32

CONSUMER LEGISLATION

Bills of Exchange Act, R.S. 1985, c. B-4 (Part V: Consumer Bills and Notes)
Consumer Packaging and Labelling Act, R.S. 1985, c. C-38
Electricity and Gas Inspection Act, R.S. 1985, c. E-4
Precious Metals Marking Act, R.S. 1985, c. P-19
Textile Labelling Act, R.S. 1985, c. T-10
Timber Marking Act, R.S. 1985, c. T-11
Weights and Measures Act, R.S. 1985, c. W-6

REGISTRAR GENERAL FUNCTIONS

Public Documents Act, R.S. 1985, c. P-28
Public Officers Act, R.S. 1985, c. P-31
Seals Act, R.S. 1985, c. S-6
Trade Unions Act, R.S. 1985, c. T-14

PORTFOLIO AND AGENCY LEGISLATION

Business Development Bank of Canada Act, S.C. 1995, c. 28
Canada Foundation for Innovation: Part I and XI of the *Budget Implementation Act, 1997*, S.C. 1997, c. 26
Canadian Space Agency Act, S.C. 1990, c. 13
Civil International Space Station Agreement Implementation Act, S.C. 1999, c. 35
Copyright Board: sections 66 ff. of the *Copyright Act*, R.S. 1985, c. C-42
Competition Tribunal Act, R.S. 1985, c. 19 (2nd supp.)
National Research Council Act, R.S. 1985, c. N-15
Natural Sciences and Engineering Research Council Act, R.S. 1985, c. N-21

www.ic.gc.ca

Social Sciences and Humanities Research Council Act, R.S. 1985, c. S-12
Standards Council of Canada Act, R.S. 1985, c. S-16
Statistics Act, R.S. 1985, c. S-19

LARGELY INACTIVE OR MINIMAL INVOLVEMENT

Atlantic Fisheries Restructuring Act, R.S. 1985, c. A-14 (in respect of certain companies)
Agricultural and Rural Development Act, R.S. 1985, c. A-3
Bell Canada Act, S.C. 1987, c. 19 (private act)
British Columbia Telephone Company Act, S.C. 1916, c. 66 (private act)
Corporations and Labour Unions Returns Act, R.S. 1985, c. C-43
Employment Support Act, S.C. 1970-71-72, c. 56
Industrial and Regional Development Act, R.S. 1985, c. I-8
Pension Fund Societies Act, R.S. 1985, c. P-8 (ss. 4, 6 and 7)
Regional Development Incentives Act, R.S.C. 1970, c. R-3
Small Business Investment Grants Act, S.C. 1980-81-82-83, c. 147
Special Areas Act, R.S. 1985, c. S-14 (Ontario and Quebec)

REGIONAL AGENCY LEGISLATION

Atlantic Canada Opportunities Agency

The Minister of Industry is also currently the Minister for the Atlantic Canada Opportunities Agency and is responsible for the following:

Atlantic Canada Opportunities Agency Act, Part I of the *Government Organization Act, Atlantic Canada, 1987*, R.S. 1985, c. 41 (4th supp.)
Enterprise Cape Breton Corporation Act, Part II of the *Government Organization Act, Atlantic Canada, 1987*, R.S. 1985, c. 41 (4th supp.)
Canada Small Business Financing Act, S.C. 1998, c. 36 (Atlantic provinces)

Western Economic Diversification

The Minister of Industry is also currently the Minister of Western Economic Diversification Canada and is responsible for the following:

Western Economic Diversification Act, R.S. 1985, c. 11 (4th supp.)
Canada Small Business Financing Act, S.C. 1998, c. 36 (Western provinces)

Canada Economic Development for Quebec Regions

The Minister of Industry is also currently the Minister responsible for Canada Economic Development for Quebec Regions and is responsible for the following:

Part II of the *Department of Industry Act*, S.C. 1995, c. 1 (Regional Economic Development in Quebec)
Canada Small Business Financing Act, S.C. 1998, c. 36 (Quebec)

An up-to-date version is available at **http://www.ic.gc.ca/contactlist**

6.5 Industry Canada Contacts

Minister's Office

Minister of Industry
Brian Tobin
Tel.: (613) 995-9001
Fax: (613) 992-0302
tobin.brian@ic.gc.ca

Parliamentary Secretary
to the Minister of Industry
John Cannis, M.P.
Tel.: (613) 992-6823
Fax: (613) 943-1045
cannij@parl.gc.ca

Secretaries of State

Secretary of State
Science, Research and Development
Gilbert Normand
Tel.: (613) 995-1333
Fax: (613) 990-4056
normand.gilbert@ic.gc.ca

Secretary of State
Western Economic Diversification Canada
Ronald Duhamel
Tel.: (613) 860-1420
Fax: (613) 225-6927
ronald.duhamel@wd.gc.ca

Secretary of State
Federal Economic Development Initiative in Northern Ontario
Andrew Mitchell
Tel.: (613) 947-5850
Fax: (613) 954-3106
mitchell.andrew@ic.gc.ca

Secretary of State
Canada Economic Development for Quebec Regions
Martin Cauchon
Tel.: (613) 995-7691
Fax: (613) 995-0114
cauchm0@parl.gc.ca

Minister of State
Atlantic Canada Opportunities Agency
Robert Thibault
Tel.: (613) 941-7241
Fax: (613) 941-7844
flabelle@acoa-apeca.gc.ca

Industry Canada

Deputy Minister
V. Peter Harder
Tel.: (613) 992-4292
Fax: (613) 954-3272
harder.peter@ic.gc.ca

Associate Deputy Minister
Paul Thibault
Tel.: (613) 943-7164
Fax: (613) 954-3272
thibault.paul@ic.gc.ca

Executive Director
Industry Portfolio Office
Bill Cleevely
Tel.: (613) 954-8911
Fax: (613) 957-1990
cleevely.bill@ic.gc.ca

Executive Director
Investment Partnerships Canada
Rocco Delvecchio
Tel.: (613) 941-2983
Fax: (613) 941-3817
delvecchio.rocco@ic.gc.ca

Ethics Counsellor
Howard Wilson
Tel.: (613) 995-6852
Fax: (613) 995-7308
wilson.howie@ic.gc.ca

Corporate Secretary
Lisanne Lacroix
Tel.: (613) 943-7049
Fax: (613) 954-4270
lacroix.lisanne@ic.gc.ca

Director General
Office of Consumer Affairs
Michael Jenkin
Tel.: (613) 954-3277
Fax: (613) 952-6927
jenkin.michael@ic.gc.ca

Director General
Audit and Evaluation Branch
Owen Taylor
Tel.: (613) 954-5084
Fax: (613) 954-5070
taylor.owen@ic.gc.ca

Corporate Comptroller
Jennifer Benimadhu
Tel.: (613) 957-9288
Fax: (613) 998-6950
benimadhu.jennifer@ic.gc.ca

Assistant Deputy Minister
Operations Sector
Jean-Claude Bouchard
Tel.: (613) 954-3405
Fax: (613) 954-4883
bouchard.jean-claude @ic.gc.ca

Associate Assistant Deputy Minister
Operations Sector
John McBride
Tel.: (613) 957-4392
Fax: (613) 954-4883
mcbride.john@ic.gc.ca

Executive Director
Atlantic Region
David Mulcaster
Tel.: (902) 426-3458
Fax: (902) 426-2615
mulcaster.david@ic.gc.ca

Executive Director
Quebec Region
Réjean Frenette
Tel.: (514) 283-1885
Fax: (514) 496-7003
frenette.rejean@ic.gc.ca

Executive Director
Ontario Region
Brigitte Hohn
Tel.: (416) 973-5001
Fax: (416) 954-6646
hohn.brigitte@ic.gc.ca

Director General
Federal Economic Development Initiative in Northern Ontario
Louise Paquette
Tel.: (705) 671-0723
Fax: (705) 670-6103
paquette.louise@ic.gc.ca

Executive Director
Prairie and Northern Region
Glenn Fields
Tel.: (780) 495-2951
Fax: (780) 495-4582
fields.glenn@ic.gc.ca

Executive Director
Pacific Region
Bruce Drake
Tel.: (604) 666-1400
Fax: (604) 666-8330
drake.bruce@ic.gc.ca

Director General
Human Resources Branch
Cathy Downes
Tel.: (613) 954-5474
Fax: (613) 952-0239
downes.cathy@ic.gc.ca

Executive Director
Technology Partnerships Canada
Jeffrey Parker
Tel.: (613) 941-6747
Fax: (613) 954-9117
parker.jeffrey@ic.gc.ca

Director General
Communications Branch
Marie Bédard
Tel.: (613) 947-2597
Fax: (613) 947-3390
bedard.marie@ic.gc.ca

President
Communications Research Centre Canada
Gerry Turcotte
Tel.: (613) 990-3929
Fax: (613) 990-7983
gerry.turcotte@crc.ca

Chief Information Officer
Chief Information Office
Vinita Watson
Tel.: (613) 954-3574
Fax: (613) 941-1938
watson.vinita@ic.gc.ca

Assistant Deputy Minister
Business Law and Counsel to the Department of Industry
J. Edward Thompson
Tel.: (613) 954-3946
Fax: (613) 952-9668
thompson.je@ic.gc.ca

Commissioner of Competition
Competition Bureau
Konrad von Finckenstein
Tel.: (819) 997-3301
Fax: (819) 953-5013
vonfinckenstein.konrad @ic.gc.ca

Assistant Deputy Minister
Industry and Science Policy
Andrei Sulzenko
Tel.: (613) 995-9605
Fax: (613) 995-2233
sulzenko.andrei@ic.gc.ca

Assistant Deputy Minister
Industry Sector
John Banigan
Tel.: (613) 954-3798
Fax: (613) 941-1134
banigan.john@ic.gc.ca

Assistant Deputy Minister
Spectrum, Information Technologies and Telecommunications
Michael Binder
Tel.: (613) 998-0368
Fax: (613) 952-1203
binder.michael@ic.gc.ca

6.6 Industry Canada's Regional Offices

An up-to-date version is available at **http://www.ic.gc.ca/regional**

HEADQUARTERS

Industry Canada
C.D. Howe Building
235 Queen Street
Ottawa ON K1A 0H5
Tel.: (613) 954-2788
Fax: (613) 954-1894

ATLANTIC REGION

Industry Canada
10th Floor
John Cabot Building
10 Barter's Hill
P.O. Box 8950
St. John's NF A1B 3R9
Tel.: (709) 772-4866
Fax: (709) 772-5093

Industry Canada
2nd Floor
100 Sydney Street
P.O. Box 40
Charlottetown PE C1A 7K2
Tel.: (902) 566-7382
Fax: (902) 566-7450

Industry Canada
Suite 1605
1505 Barrington Street
Maritime Centre
Halifax NS B3J 3K5
Tel.: (902) 426-3458
Fax: (902) 426-2624

Mailing Address:
P.O. Box 940, Station M
Halifax NS B3J 2V9

Industry Canada
4th Floor, Unit 103
1045 Main Street
Moncton NB E1C 1H1
Tel.: (506) 851-6517
Fax: (506) 851-6502

QUEBEC REGION

Industry Canada
7th Floor
5 Place Ville-Marie
Montréal QC H3B 2G2
Tel.: (514) 496-1797
Fax: (514) 283-2247

ONTARIO REGION

Industry Canada
4th Floor
151 Yonge Street
Toronto ON M5C 2W7
Tel.: (416) 973-5000
Fax: (416) 973-8714

NORTHERN ONTARIO REGION

FedNor
Suite 307
19 Lisgar Street
Sudbury ON P3E 3L4
Tel.: (705) 671-0711
Toll-free: 1-877-333-6673
Fax: (705) 671-0717

FedNor
Suite 600
Roberta Bondar Place
70 Foster Drive
Sault Ste. Marie ON P6A 6V4
Tel.: (705) 941-2014
Toll-free: 1-877-333-6673
Fax: (705) 941-2085

FedNor
244 Lincoln Street
Thunder Bay ON P7B 5L2
Tel.: (807) 766-1800
Toll-free: 1-877-333-6673
Fax: (807) 346-8474

PRAIRIE AND NORTHERN REGION

Industry Canada
4th Floor
400 St. Mary Avenue
Winnipeg MB R3C 4K5
Tel.: (204) 983-5851
Fax: (204) 983-3182

Industry Canada*
Qumugjuk Building
Iqaluit NT X0A 0H0
*Telephones to be installed winter 2001

Industry Canada
7th Floor
123 Second Avenue South
Saskatoon SK S7K 7E6
Tel.: (306) 975-4400
Fax: (306) 975-6727

Industry Canada
Suite 1020
2002 Victoria Avenue
Regina SK S4P 0R7
Tel.: (306) 780-5010
Fax: (306) 780-6506

Industry Canada
Suite 725
9700 Jasper Avenue
Edmonton AB T5J 4C3
Tel.: (403) 495-4782
Fax: (403) 495-4507

Industry Canada
Suite 400
639–5th Avenue SW
Calgary AB T2P 0M9
Tel.: (403) 292-4575
Fax: (403) 292-4295

Industry Canada
Suite 1006
4920–52nd Street
Yellowknife NT X1A 3T1
Tel.: (867) 920-6604
Fax: (867) 920-6601

PACIFIC REGION (BRITISH COLUMBIA AND YUKON TERRITORY)

Industry Canada
Suite 2000
300 West Georgia Street
Vancouver BC V6B 6E1
Tel.: (604) 666-5000
Fax: (604) 666-8330

Industry Canada
Suite 205
300 Main Street
Whitehorse YT Y1A 2B5
Tel.: (867) 667-5102
Fax: (867) 393-6711

6.7 International Trade Centres

NEWFOUNDLAND

St. John's

International Trade Centre
Industry Canada
10th Floor
John Cabot Building
Phase II, 10 Barter's Hill
P.O. Box 8950
St. John's NF A1B 3R9
Tel.: (709) 772-5511
Fax: (709) 772-5093

Contact: **Patricia Hearn**
Senior Trade Commissioner
Tel.: (709) 772-4866
hearn.patricia@ic.gc.ca

PRINCE EDWARD ISLAND

Charlottetown

International Trade Centre
Industry Canada
100 Sydney Street
Charlottetown PE C1A 1G3
Tel.: (902) 566-7382
Fax: (902) 566-7098

Mail: P.O. Box 40
Charlottetown PE C1A 7K2

Contact: **Charlotte Murray**
Provincial Director and Senior Trade Commissioner
Tel.: (902) 566-7382
murray.charlotte@ic.gc.ca

NOVA SCOTIA

Halifax

International Trade Centre
Industry Canada
5th Floor
World Trade and Convention Centre
1800 Argyle Street
Halifax NS B3J 2V9
Tel.: (902) 426-7540
Fax: (902) 426-5218

Mail: P.O. Box 940
Station M
Halifax NS B3J 2V9

Contact: **Alison Tait**
Senior Trade Commissioner
Tel.: (902) 426-6660
tait.alison@ic.gc.ca

NEW BRUNSWICK

Moncton

International Trade Centre
Industry Canada
Unit 103
1045 Main Street
Moncton NB E1C 1H1
Tel.: (506) 851-6452
Fax: (506) 851-6429

Contact: **Paul LeBlanc**
Senior Trade Commissioner
Tel.: (506) 851-6440
leblanc.paul@ic.gc.ca

QUEBEC

Montréal

International Trade Centre
Industry Canada
7th Floor
5 Place Ville-Marie
Montréal QC H3B 2G2
Tel.: (514) 283-6328
Fax: (514) 283-8794

Contact: **Michel Charland**
Director of Operations
Tel.: (514) 283-3531
charland.michel@ic.gc.ca

ONTARIO

Toronto

International Trade Centre
Industry Canada
4th Floor
151 Yonge Street
Toronto ON M5C 2W7
Tel.: (416) 973-5053
Fax: (416) 973-8161

Contact: **Conrad Paquette**
Director of International Business and Senior Trade Commissioner
Tel.: (416) 954-6326
paquette.conrad@ic.gc.ca

Contact: **Pam Piercey**
Associate Director
Tel.: (416) 952-1289
piercey.pam@ic.gc.ca

MANITOBA

Winnipeg

International Trade Centre
Industry Canada
4th Floor
400 St. Mary Avenue
Winnipeg MB R3C 4K5
Tel.: (204) 983-5851
Fax: (204) 983-3182

Mail: P.O. Box 981
Winnipeg MB R3C 2V2

Contact: **Merv Meadows**
Senior Trade Commissioner
Tel.: (204) 983-4099
meadows.merv@ic.gc.ca

SASKATCHEWAN

Saskatoon

International Trade Centre
Industry Canada
7th Floor
Princeton Tower
123 Second Avenue South
Saskatoon SK S7K 7E6
Tel.: (306) 975-5315
Fax: (306) 975-5334

Contact: **Lynne Tait**
Senior Trade Commissioner
Tel.: (306) 975-4343
tait.lynne@ic.gc.ca

Regina

International Trade Centre
Industry Canada
Suite 320
1801 Hamilton Street
P.O. Box 3750
Regina SK S4P 3N9
Tel.: (306) 780-6325
Fax: (306) 780-8797

Contact: **Mona Taylor**
Trade Commissioner
Tel.: (306) 780-6124
taylor.mona@ic.gc.ca

ALBERTA AND NORTHERN REGION

Edmonton

International Trade Centre
Industry Canada
Suite 725
Canada Place
9700 Jasper Avenue
Edmonton AB T5J 4C3
Tel.: (780) 495-2994
Fax: (780) 495-4507

Contact: **Reid Henry**
Director of International Business
Tel.: (780) 495-4415
henry.reid@ic.gc.ca

Calgary

International Trade Centre
Industry Canada
Suite 300
639–5th Avenue SW
Calgary AB T2P 0M9
Tel.: (403) 292-4575
Fax: (403) 292-4578

Mail: Suite 400
639–5th Avenue SW
Calgary AB T2P 0M9

Contact: **Jessie Hislop**
Senior Trade Commissioner
Tel.: (403) 292-6409
hislop.jessie@ic.gc.ca

BRITISH COLUMBIA AND YUKON TERRITORY

Vancouver

International Trade Centre
Industry Canada
Suite 2000
300 West Georgia Street
Vancouver BC V6B 6E1
Tel.: (604) 666-0434
Fax: (604) 666-0954

Contact: **Michael Spencer**
Director and Senior Trade Commissioner
Tel.: (604) 666-8888
spencer.michael@ic.gc.ca

6.8 Canada Business Service Centres

Telephone: 1-888-576-4444
Info-FAX: 1-888-449-5444
Web site: http://www.cbsc.org

BRITISH COLUMBIA

Canada/British Columbia Business Service Centre
601 West Cordova Street
Vancouver BC V6B 1G1
http://www.sb.gov.bc.ca

ALBERTA

The Business Link
Business Service Centre
Suite 100
10237–104 Street NW
Edmonton AB T5J 1B1
http://www.cbsc.org/alberta

SASKATCHEWAN

Canada/Saskatchewan Business Service Centre
122–3rd Avenue North
Saskatoon SK S7K 2H6
http://www.cbsc.org/sask

MANITOBA

Canada/Manitoba Business Service Centre
250–240 Graham Avenue
P.O. Box 2609
Winnipeg MB R3C 4B3
http://www.cbsc.org/manitoba

ONTARIO

Canada-Ontario Business Service Centre
Toronto ON M5C 2W7
http://www.cbsc.org/ontario

QUEBEC

Info entrepreneurs
Suite 12500, Plaza Level
5 Place Ville-Marie
Montréal QC H3B 4Y2
http://www.infoentrepreneurs.org

NOVA SCOTIA

Canada/Nova Scotia Business Service Centre
1575 Brunswick Street
Halifax NS B3J 2G1
http://www.cbsc.org/ns

NEW BRUNSWICK

Canada/New Brunswick Business Service Centre
570 Queen Street
Fredericton NB E3B 6Z6
http://www.cbsc.org/nb

PRINCE EDWARD ISLAND

Canada/Prince Edward Island Business Service Centre
75 Fitzroy Street
P.O. Box 40
Charlottetown PE C1A 7K2
http://www.cbsc.org/pe

NEWFOUNDLAND

Canada/Newfoundland and Labrador Business Service Centre
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8687
St. John's NF A1B 3T1
http://www.cbsc.org/nf

NORTHWEST TERRITORIES

Canada/Northwest Territories Business Service Centre
8th Floor
Scotia Centre
P.O. Box 1320
Yellowknife NT X1A 2L9
http://www.cbsc.org/nwt

YUKON

Canada/Yukon Business Service Centre
201–208 Main Street
Whitehorse YT Y1A 2A9
http://www.cbsc.org/yukon

NUNAVUT

Canada-Nunavut Business Service Centre
Entrance E, 1088 Noble House
P.O. Box 1000, Station 1198
Iqaluit NU X0A 0H0
http://www.cbsc.org/nunavut

Appendix A

Industry Canada Crosswalk: Strategic Objectives to Business Lines*

Innovation: Improving Canada's innovation performance

Key Results	Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	MP	ISD	MRS
Increased recognition of innovation as a critical success factor in all sectors	Many Canadian organizations do not recognize that, in the knowledge-based economy, the development of innovative products and processes is key to success in the global marketplace.	✔	✔	
Expanded knowledge base, especially in fields with good opportunities	Canada ranks relatively low among industrialized nations in the amount of research performed, particularly by the private sector, where the performance of research is concentrated among relatively few firms.	✔	✔	
Accelerated commercialization and adoption of innovative processes and products by Canadian organizations	In general, compared with our international competitors, Canada exhibits slower rates of commercialization of research findings and adoption of new processes and technologies.	✔	✔	
Increased development and application of eco-efficient practices and technologies in Canada	Canadian organizations generally lag behind international competitors in terms of awareness, R&D performed, and adoption of eco-efficient practices and environmental technologies.	✔	✔	✔

*Refer to the last page of this appendix for details regarding the business line objectives.

MP = Micro-Economic Policy **ISD** = Industry Sector Development **MRS** = Marketplace Rules and Services

Connectedness: Making Canada the most connected country in the world

Key Results	Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	MP	ISD	MRS
Canadians connected to each other and to the world in a way that is affordable and accessible	Not all Canadians have universal and affordable access to telecommunications services, the Internet, or new advanced systems and services. This contributes to a loss of economic and social opportunities and to a digital divide.	✔	✔	✔
	Many rural and remote regions lack advanced infrastructure and may find the financial and technological hurdles difficult to overcome without the federal government's help.		✔	
	Insufficient levels of digital literacy also prevent Canadians from benefiting fully from the new networked economy.		✔	
A world-leading environment for electronic commerce	There is an ongoing need for leading-edge policies and processes that respond in a timely manner to challenges created by the evolution of the Internet and the new networked economy.	✔		✔
	Businesses and consumers still lack confidence in the security and privacy of e-commerce transactions.		✔	✔
	Harmonization between countries in terms of legislation, policies and practices that promote the security and privacy of information must still be addressed.		✔	✔
	There is still a lack of awareness of the advantages of e-commerce among businesses, and consumers are slow to adopt e-commerce processes as a means of carrying out transactions.	✔	✔	✔
	There are too few Canadian suppliers of Internet-based e-commerce solutions, applications and services to satisfy the needs of the marketplace.		✔	
Canadian digital content and applications on-line maximized	There is a need for greater quantity and quality of multimedia applications, collections, information, and services relating to Canada and Canadians. Specific challenges include the need for more community-based content, more French-language content and more on-line learning opportunities.	✔	✔	
	The production of on-line content in Canada does not currently meet the domestic need for information products and services. This places Canada's Internet industries at serious risk of falling behind foreign competition.		✔	
	Untapped opportunities exist for developing more multimedia skills and experiences in all parts of Canada and in all communities.		✔	

MP = Micro-Economic Policy **ISD** = Industry Sector Development **MRS** = Marketplace Rules and Services

Key Results	Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	MP	ISD	MRS
Expanded on-line delivery of key government services and information in an integrated way to businesses and consumers	All key government information and services are not yet available on-line.		✔	✔
	Current on-line services and information need to be more accessible and user-friendly.		✔	✔
	There is a need for greater coordination and linkage of services and information between various levels of government (federal, provincial/ territorial and municipal).			✔

MP = Micro-Economic Policy **ISD** = Industry Sector Development **MRS** = Marketplace Rules and Services

Marketplace: Building a fair, efficient and competitive marketplace

Key Results	Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	MP	ISD	MRS
A responsive marketplace framework for business, consumers and investors that is fair, efficient, competitive and world-class	There is a need to renew frameworks in response to, and in anticipation of, evolving technology and business arrangements, regulatory reform, increasing globalization and changing social conditions.	✔	✔	✔
A marketplace that operates in accordance with the framework statutes, regulations, policies and procedures	New forms of marketplace conduct, the result of changes in technology, business innovations and legal developments, necessitate innovative adjustments to the operation of the marketplace framework.	✔		✔
Confidence in the marketplace	There is a need for transparent, fair, user-friendly and accessible information, services, treatment and recourse mechanisms in response to, and in anticipation of, diverse and demanding marketplace participants and increasing marketplace complexity.			✔

MP = Micro-Economic Policy **ISD** = Industry Sector Development **MRS** = Marketplace Rules and Services

Investment: Improving Canada's position as a preferred location for domestic and foreign investment

Key Results	Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	MP	ISD	MRS
Improved domestic and international investment climate	There is a need to address real and perceived regulatory impediments to foreign and domestic investment (e.g., concerning the environment, marketplace, immigration, taxation and intellectual property) without compromising the integrity of the regulations' intent.	✔	✔	
	There is a need for better knowledge and understanding of the key impediments to investment.	✔	✔	
	Stronger and more strategic partnerships are needed in dealing with the investment climate.		✔	
Canada branded and recognized as an investment location of choice	Canada is not "top of mind" for many investors; there is a lack of business awareness and consideration of Canada as an investment destination.		✔	
	There is a lack of appropriate comparative information on Canadian investment opportunities provided by partners and others.		✔	
	Core messages are not consistently promoted by partners and others.		✔	
Increased attraction and retention of multinational investment in Canada	There is a need for greater investment into Canada by leading foreign firms in key sectors.		✔	
	There is a need for re-investment by multinational firms operating in Canada.		✔	
	There is a need to develop a systematic and well-coordinated capacity to gather strategic and coherent business intelligence for serious prospective investors.		✔	
	There is a need for stronger partnerships and better coordination of investment efforts among interested parties, including the public sector (at the federal, provincial/territorial and municipal levels), NGOs (e.g. universities, research institutions) and the private sector.		✔	

MP = Micro-Economic Policy **ISD** = Industry Sector Development **MRS** = Marketplace Rules and Services

Investment: Improving Canada's position as a preferred location for domestic and foreign investment

Key Results	Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	MP	ISD	MRS
Increased investment by SMEs and by Aboriginal businesses	There is a need to develop capacity at the community level to stimulate investment by SMEs and target groups, particularly in Northern and rural Ontario and among Aboriginal people.		✔	
	Business capacity is insufficient (e.g. in terms of marketing and promotion).		✔	
	Access to capital (for SMEs and Aboriginal businesses) is inadequate.		✔	
	There is limited availability of venture capital.		✔	

MP = Micro-Economic Policy **ISD** = Industry Sector Development **MRS** = Marketplace Rules and Services

Trade: Working with Canadians to increase Canada's share of global trade

Key Results	Challenges/Gaps to be Addressed in the Planning Period	MP	ISD	MRS
Secure market access maintained and improved	Canadian companies face barriers to trade in foreign markets.	✔	✔	✔
	Domestic market restrictions hamper a firm's ability to reach the critical mass to succeed internationally, and place Canadian companies at a competitive disadvantage in their own market.	✔	✔	✔
	There are various gaps in the harmonization of standards, policies and regulations.	✔	✔	✔
	The Agreement on Internal Trade does not cover a number of barriers and sectors, including energy.	✔	✔	✔
Export capability and preparedness	Potential exporters may not be aware of the benefits of exporting and/or may not have knowledge of exporting practices and mechanisms.		✔	
	Smaller companies, particularly in the new, knowledge-intensive industries, have difficulty in securing support when they attempt to expand into international markets.		✔	
International market development	More Canadian companies need to recognize and act swiftly upon foreign market opportunities. They need: • information and intelligence on foreign markets and export opportunities that can help them make informed business decisions, access new markets, and secure greater export sales; • appropriate contacts and networks that facilitate access to foreign markets; and • an understanding of innovative approaches that can be used to develop international business.		✔	
A more coordinated and cohesive approach to international trade development	There is a need for more integrated Industry Canada trade development programs, for greater coordination and integration with the Department's partners through Team Canada Inc, and for better communication and marketing of Team Canada Inc partner services.		✔	

MP = Micro-Economic Policy **ISD** = Industry Sector Development **MRS** = Marketplace Rules and Services

The objectives of the three principal business lines shown in the Crosswalk are as follows:

Micro-Economic Policy

To address the major structural economic development issues in the Canadian economy in a manner that will help increase productivity and competitiveness, thereby enhancing growth and job creation.

Industry Sector Development

To help business compete, through strategic approaches to trade, investment, technology, human resource development and sustainable development, and to provide focussed support for Aboriginal businesses, Northern Ontario, small businesses and the Information Highway.

Marketplace Rules and Services

To promote a fair, efficient and competitive marketplace for business and consumers in Canada, and to promote Canadian marketplace standards globally.

Appendix B

Management Representation
Report on Plans and Priorities 2001–2002

I submit, for tabling in Parliament, the 2001–2002 Report on Plans and Priorities (RPP) for Industry Canada.

To the best of my knowledge, the information

- accurately portrays the Department's mandate, priorities, strategies and planned results;
- is consistent with the disclosure principles contained in the *Guidelines for the Preparation of the 2001–2002 Report on Plans and Priorities*;
- is comprehensive and accurate;
- is based on sound underlying departmental information and management systems.

I am satisfied as to the quality assurance processes and procedures used for the RPP's production.

The Planning and Reporting Accountability Structure (PRAS) on which this document is based has been approved by Treasury Board ministers and is the basis for accountability for the results achieved with the resources and authorities provided.

Jennifer Benimadhu
Corporate Comptroller

Date Feb 19, 2001

Appendix C

Web Sites Mentioned in the Report on Plans and Priorities

Aboriginal Business Canada	http://strategis.gc.ca/abc
Access to Information and Privacy Office	http://www.ic.gc.ca/atip
Biotechnology Gateway	http://strategis.gc.ca/SSG/bo01376e.html
Building Trust in the Digital Economy	http://e-com.ic.gc.ca/english/crypto/631d15.html
Business Start-Up Assistant	http://sade.rcsec.org/scdt/startup/interface2.nsf/engdoc/0.html
BusinessGateway.ca	http://businessgateway.ca
Canada Business Service Centre — Alberta	http://www.cbsc.org/alberta
Canada Business Service Centre — British Columbia	http://www.sb.gov.bc.ca
Canada Business Service Centre — Manitoba	http://www.cbsc.org/manitoba
Canada Business Service Centre — New Brunswick	http://www.cbsc.org/nb
Canada Business Service Centre — Newfoundland	http://www.cbsc.org/nf
Canada Business Service Centre — Northwest Territories	http://www.cbsc.org/nwt
Canada Business Service Centre — Nova Scotia	http://www.cbsc.org/ns
Canada Business Service Centre — Nunavut	http://www.cbsc.org/nunavut
Canada Business Service Centre — Ontario	http://www.cbsc.org/ontario
Canada Business Service Centre — Prince Edward Island	http://www.cbsc.org/pe
Canada Business Service Centre — Quebec	http://www.infoentrepreneurs.org
Canada Business Service Centre — Saskatchewan	http://www.cbsc.org/sask
Canada Business Service Centre — Yukon	http://www.cbsc.org/yukon
Canada Business Service Centres	http://www.cbsc.org
Canada Business Service Centres Annual Report 1999–2000	http://www.cbsc.org/annual_report
Canada On-Line — VolNet	http://www.connect.gc.ca/230-e.htm
Canada's Digital Collections	http://collections.ic.gc.ca
Canadian Biotechnology Advisory Committee	http://strategis.gc.ca/SSG/bh00255e.html
Canadian Biotechnology Strategy	http://strategis.gc.ca/cbs
Canadian Business Map	http://commercecan.ic.gc.ca
Canadian Code of Practice for Consumer Canada International Debit Card Services	http://strategis.gc.ca/SSG/ca01581e.html
Canadian Company Capabilities	http://strategis.gc.ca/cdncc
Canadian Consumer Information Gateway	http://www.consumerinformation.ca
Canadian Industry Statistics	http://strategis.gc.ca/cis
Canadian Institute for Advanced Research	http://www.ciar.ca
Canadian Intellectual Property Office	http://cipo.gc.ca
Canadian Service Industries and International Trade Negotiations	http://services2000.ic.gc.ca
CANARIE Inc.	http://www.canarie.ca

Community Access Program	**http://cap.ic.gc.ca**
Competition Bureau	**http://competition.ic.gc.ca**
Computers for Schools	**http://www.schoolnet.ca/cfs-ope**
Computers for Schools Technical Work Experience Program	**http://www.schoolnet.ca/cfs-ope**
Conference Board of Canada	**http://www.conferenceboard.ca**
Conformity Continuum Information Bulletin	**http://strategis.gc.ca/SSG/ct01768e.html**
Connecting Canada to the World — Netcorps	**http://www.connect.gc.ca/en/710-e.htm**
Connecting Canadians	**http://www.connect.gc.ca**
Consumer Information	**http://strategis.gc.ca/consumer**
Contact!	**http://strategis.gc.ca/contact**
Corporations Directorate	**http://strategis.gc.ca/corporations**
Customers First	**http://strategis.gc.ca/SSG/ca00864e.html**
Electronic Commerce in Canada	**http://strategis.gc.ca/e-com**
Employers Online	**http://employers.gc.ca**
Enforcement Guidelines on the Abuse of Dominance Provisions	**http://strategis.gc.ca/SSG/ct01756e.html**
e-Start.ca — *Strategis* for Students	**http://strategis.gc.ca/e-start.ca**
ExportSource	**http://exportsource.gc.ca**
FedNor	**http://strategis.gc.ca/fednor**
FedNor — New Programs	**http://strategis.gc.ca/SSG/fn00365e.html**
Genome Canada	**http://www.genomecanada.ca**
Guide to Canadian Industries	**http://strategis.gc.ca/gci**
Industry Canada Contact List	**http://www.ic.gc.ca/contactlist**
Industry Canada's Regional Offices	**http://www.ic.gc.ca/regional**
Industry Canada's Sustainable Development Web site	**http://strategis.gc.ca/sd**
Information Highway, Science and Entrepreuneurship Camps	**http://www.schoolnet.ca/ise**
Innovation in Canada	**http://www.ic.gc.ca/scdt/innovation/interface2.nsf/engdoc/0.html**
International Business Opportunities Centre	**http://www.iboc.gc.ca**
International Trade and Investment Policy	**http:strategis.gc.ca/SSG/bi18509e.html**
Internet Corporation for Assigned Numbers and Names	**http://www.icann.com**
Internet Safety Strategy	**http://www.connect.gc.ca/cyberwise**
Invest in Canada	**http://investincanada.gc.ca**
Lobbyists Registration System	**http://strategis.gc.ca/lobbyist**
Measurement Canada	**http://mc.ic.gc.ca**
National Aboriginal Capital Corporation Association	**http://nacca.net/aboutus.htm**
National Broadband Task Force	**http://broadband.gc.ca**

NetCorps Canada International	**http://www.netcorps-cyberjeunes.org**
Office of the Ethics Counsellor	**http://strategis.gc.ca/ethics**
Office of the Superintendent of Bankruptcy Canada	**http://osb-bsf.ic.gc.ca**
Pathways to Growth: Opportunities in Biotechnology	**http://strategis.gc.ca/SSG/bo01604e.html**
PRECARN	**http://www.precarn.ca**
Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce	**http://strategis.gc.ca/SSG/ca01180e.html**
Radio Spectrum Management and Telecommunications	**http://strategis.gc.ca/spectrum**
Research, Technology and Innovation	**http://strategis.gc.ca/innovation**
SchoolNet	**http://www.schoolnet.ca**
SchoolNet Youth Employment Initiative	**http://www.schoolnet.ca/yei**
SkillNet.ca	**http://www.skillnet.ca**
Small Business Info-Fairs	**http://strategis.gc.ca/sc_mangb/fairs/engdoc/homepage.html**
Smart Communities	**http://smartcommunities.ic.gc.ca**
SourceCAN	**http://www.sourcecan.com**
Sources of Financing	**http://strategis.gc.ca/sources**
Standards for the Voluntary Labelling of Foods Obtained or Not Obtained Through Genetic Modification	**http://w3.pwgsc.gc.ca/cgsb/032_025/index_e.html**
Steps to Competitiveness	**http://strategis.gc.ca/steps**
Steps to Growth Capital	**http://strategis.gc.ca/growth**
Strategis	**http://strategis.gc.ca**
Student Connection Program	**http://scp-ebb.com**
Technology Partnerships Canada	**http://tpc.ic.gc.ca**
Technology Roadmaps	**http://strategis.gc.ca/trm**
Trade Data Online	**http://strategis.gc.ca/tdo**
Trade Team Canada Sectors	**http://ttcs.ic.gc.ca**
VolNet	**http://connect.gc.ca/en/230-e.htm**
VolNet	**http://www.volnet.org**
Your Guide to Government of Canada Services and Support for Small Businesses	**http:strategis.gc.ca/sc_mangb/smeguide**
Youth Employment Strategy	**http://www.youth.gc.ca/YES**

Index

1999 Innovation Survey of Manufacturers 18
Aboriginal 4, 15, 36, 41, 42, 52, 58, 62, 74, 75, 92, 94
Aboriginal Business Canada 12, 48, 58
Aboriginal Business Development Initiative 42
Aboriginal Business Development Program 74
Aboriginal Business Loan Insurance Program 75
Aboriginal Business Service Network 42
Aboriginal Career Development Initiative Pilot 52
Aboriginal International Business Development Committee 45
Aboriginal Recruitment Project 52
Access to Capital 42, 58
Access to Information and Privacy Web site 13
Advanced Applications Development Program (AADP) 78
Advisory Council on Science and Technology 19
Agreement on Internal Trade 44, 93
Agreement on Internal Trade Implementation Act 80
Agricultural and Rural Development Act 81
Agriculture and Agri-Food Canada (AAFC) 37, 43, 59, 60, 64, 65
Anti-Competitive Acts by Airline Carriers 35
Asia 40, 61
Atlantic Canada Opportunities Agency (ACOA) 1, 43, 49, 58–60, 64, 81
Atlantic Canada Opportunities Agency Act 81
Atlantic Fisheries Restructuring Act 81
Australia 61
Bankruptcy and Insolvency Act 31, 80
Bankruptcy Search 50
Bell Canada Act 81
Better Business Bureau 62
Bills of Exchange Act 80
biotechnology 17, 31, 46, 56
Biotechnology Gateway 17
Boards of Trade Act 80
Brand Canada Campaign 39
British Columbia Auditor General 62
British Columbia Telephone Company Act 81
Budget Implementation Act 80
Building a More Innovative Economy 78
Business Development Bank of Canada 1, 42, 43, 64
Business Development Bank of Canada Act 80
Business Start-Up Assistant 28, 49
Business Tools 49
BusinessGateway.ca 11, 18, 28, 49
CA*net 3 78
Campus Career Fairs 52
Canada Business Corporations Act 31, 80

Canada Business Service Centres (CBSCs) 11, 45, 49, 50, 86
Canada Corporations Act 31, 80
Canada Customs and Revenue Agency 43, 59, 61, 64
Canada Economic Development for Quebec Regions (CED) 1, 43, 49, 58–60, 64, 81
Canada Foundation for Innovation (CFI) 5, 56, 80
Canada Gazette 53
Canada Mortgage and Housing Corporation 43, 64
Canada On-line 22
Canada Post 59
Canada Small Business Financing Act 42, 80, 81
Canada Small Business Financing Act (CSBFA) — Capital Leasing Pilot Project Regulations 53
Canada Small Business Financing Program 75
Canada's Digital Collections Program 27, 65
Canadian Association of Career Educators and Employers 63
Canadian Association of Internet Providers 26
Canadian Aviation Maintenance Council 63
Canadian Biotechnology Advisory Committee 17, 31
Canadian Biotechnology Strategy (CBS) 17, 56
Canadian Business Map 12
Canadian Coast Guard 59
Canadian Commercial Corporation 43, 64
Canadian Company Capabilities 12
Canadian Consumer Information Gateway 11, 28, 34, 49
Canadian Content On-line 22
Canadian Development Finance Institution 47
Canadian Digital Cultural Content Strategy 27
Canadian E-Business Opportunities Roundtable 9
Canadian Federation of Independent Business 41
Canadian General Standards Board 35
Canadian Governments On-line 22
Canadian Industry Statistics 12
Canadian Institute for Advanced Research (CIAR) 79
Canadian Intellectual Property Office (CIPO) 12, 29, 35, 48, 50, 80
Canadian International Development Agency (CIDA) 43, 59, 60, 64
Canadian Network for the Advancement of Research, Industry and Education (CANARIE) 24, 27, 62, 78
Canadian Nurses Association 63
Canadian Rural Partnership 42
Canadian Space Agency 1, 24
Canadian Space Agency Act 80
Canadian Standards Strategy 33
Canadian Tourism Commission 1
Canadian Tourism Human Resources Council 63
Canshare 58
Central America 44
Centre for Education and Training (Peel School Board) 63
children 61
Citizenship and Immigration Canada 59
Civil International Space Station Agreement Implementation Act 80

Communications Research Centre Canada (CRC) 19, 62
Communications Research Centre Canada's Innovation Centre 20
Community Access Program 4, 75
Community Access Youth Employment Project 65
Community Futures Development Corporations 42, 76
Companies' Creditors Arrangement Act 31, 80
Competition Act 31, 35, 80
Competition Bureau 12, 29, 50
Competition Tribunal 1, 31
Competition Tribunal Act 80
Computers for Schools 75
Computers for Schools Technical Work Experience Program 65
Conference Board of Canada 6, 7, 22
Conflict of Interest and Post-Employment Code for Public Office Holders 13
Connectedness Agenda 21, 22, 78
Connecting Canada to the World 22
Connecting Canadians 9, 17, 22, 23
Connecting Canadians Interdepartmental Committee 59
Consumer Debit Card Voluntary Code 31
Consumer Information 12
Consumer Packaging and Labelling Act 80
Contact! 12
Copyright Act 31, 80
Copyright Board Canada 1, 80
Corporate Governance 29
Corporations and Labour Unions Returns Act 81
Corporations Directorate 12, 29
Corporations Directorate On-line Incorporation Service 48
Costa Rica 44
Council of Science and Technology Advisors 19
Criminal Intelligence Services Canada 61
Cultural Human Resources Council 63
Deceptive Telemarketing Prevention Forum 59
Department of Canadian Heritage 27, 43, 59–62, 64, 65
Department of Finance Canada 59, 60
Department of Foreign Affairs and International Trade (DFAIT) 37, 43, 44, 59, 60, 64
Department of Industry Act 80, 81
Department of Justice Canada 13, 59, 61
Departmental Performance Reports 50
Deputy Ministers' Investment Champion campaigns 38, 40
Development Contributions 77
E-Commerce Strategy 78
E-Leads® 47
E-Learning and Training Program 78
Electricity and Gas Inspection Act 80
Electronic Commerce 22
Electronic Commerce in Canada 12
Employers Online 18
Employment Equity Job Fairs 52

Employment Support Act 81
Enterprise Cape Breton Corporation 1
Enterprise Cape Breton Corporation Act 81
Environment Canada 43, 59, 64, 65
Environmental Management System 57
e-Start.ca — *Strategis* for Students 12
Ethics Counsellor's Lobbyists Registration System 50
Europe 5, 40, 61
European Union 61
Export Development Corporation 43, 64
Export Information Service 45
ExportSource 11, 28, 45, 48, 49
Federal Economic Development Initiative in Northern Ontario (FedNor) 12, 24, 42, 48, 75
Federal Incorporations 50
Federal Trade Commission (Bureau of Consumer Protection) 64
Federation of Canadian Municipalities 38
Financial Information Strategy 50
Finland 22
First Nations 75
Fisheries and Oceans Canada 43, 64
foreign direct investment (FDI) 9, 36–40
Foreign Investment Protection Agreements — FIPAs 38
Francophone 27, 42, 52, 75
Free Trade Agreement of the Americas — FTAA 38
French 13, 27, 88
G-7 ..... 10, 16, 22, 39, 43
G8 60
G8 Digital Opportunity Taskforce (dot force) 24, 60
Gathering Strength: Canada's Aboriginal Action Plan 74
Genome Canada Inc. 4, 56, 79
Genomics Centres 79
Government Corporations Operation Act 80
Government On-Line 11, 28, 48–50, 62
Government Organization Act, Atlantic Canada 81
gross domestic product (GDP) 5–7, 16, 36, 43
Guide to Canadian Industries 12
Health Canada 59, 61, 62
Human Resources Development Canada (HRDC) 18, 43, 59–62, 64, 65
Indian and Northern Affairs Canada (INAC) 43, 58, 59, 62, 64
Industrial and Regional Development Act 74, 81
Industrial and Regional Development Program (IRDP) 74
Industrial Design Act 80
Industry Canada Legal Services 13
information and communications technologies (ICTs) 5, 7, 8, 22, 24, 25, 37, 46, 55, 63, 75, 76, 78
Information and Privacy Rights Administration of Industry Canada 13
Information Highway 9, 21, 94
Information Highway Applications Branch 50
Information Highway Programs 75

Information Highway, Science and Entrepreuneurship Camps 65
Infrastructure Canada Program 38
Innovation in Canada 18, 28, 49
Integrated Circuit Topography Act 80
intellectual property 9, 13, 17, 18, 29, 31, 33–35, 38, 91
Interactive Business Planner 49
Interdepartmental New Media Working Group 27, 60
Interdepartmental Working Group on Oil Price Trends and Implications 60
International Activities Data Base 47
International Business Development 43, 56
International Business Opportunities Centre (IBOC) 47
International Development Research Centre 60
International Marketing Supervision Network 61
International Trade Centres (ITCs) 46, 48, 85
Internet 7, 9, 21–30, 34, 35, 55, 61–63, 75, 76, 78, 88
Internet Safety Strategy 61
Invest in Canada 39, 50
Investment Canada 50
Investment Canada Act 38, 80
Investment Partnerships Canada (IPC) 37, 39, 40
Investment Team Canada 5
Kyoto Protocol 38
Lawful Access 61
Leadership Development Program 52
LearnCanada Project 24
Lobbyists Registration Act 13, 80
Lobbyists Registration System 12
machinery and equipment (M&E) 5, 36
marketplace service organizations (MSOs) 29, 30
Measurement Canada 12, 29
Memorandums of Understanding 44
Mexico 6, 61
multinational firms (multinationals) 15, 36–38, 40, 41, 91
municipal 28, 40, 89, 91
Mutual Recognition Agreements 44
National Broadband Task Force 4, 21, 24, 62
National Climate Change 56
National Farm Products Council 43, 64
National Implementation Strategy on Climate Change 56
National Learning Network 78
National Research Council Act 80
National Research Council Canada (NRC) 1, 17, 43, 60, 64
Natural Resources Canada (NRCan) 37, 43, 59, 60, 64, 65
Natural Sciences and Engineering Research Council Act 80
Natural Sciences and Engineering Research Council of Canada (NSERC) 1, 60
NetCorps Canada International 24, 65, 76
Networks of Centres of Excellence (NCEs) 55
Newly Upgraded Automatic Name Search (NUANS) 50
non-governmental agencies 46

non-governmental organizations (NGOs) 5, 34, 38, 40, 47, 91
North American Free Trade Agreement (NAFTA) 6, 9, 31, 36, 38
not-for-profit organizations 18, 59, 63, 65
Nova Scotia Department of Business and Consumer Services 62
OECD 2000 Economic Survey of Canada 6
OECD Guidelines on Multinational Enterprises 38
Office of Consumer Affairs 11, 29, 34, 50
Office of the Ethics Counsellor 12, 13
Office of the Superintendent of Bankruptcy Canada 12, 29
Office of the Superintendent of Bankruptcy Canada's Insolvency Name Search 48
official language minority communities 13
Official Languages Act 13
Ontario Community Futures Program 76
Ontario Ministry of Consumer and Commercial Relations 64
Ontario Provincial Police (Project Phone Busters) 58
Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) 6, 7, 16, 19, 36, 60, 61
Partners Against Consumer Telefraud 62
Patent Act 31, 80
Pathways to Growth 20
Pathways to Growth for Environmental Technologies Sector Strategy 56
Pathways to Growth: Opportunities for Biotechnology 17
Pension Fund Societies Act 81
persons with disabilities 4, 52
Precious Metals Marking Act 80
Pre-competitive Applied Research Network (PRECARN) 56, 79
Prime Minister 3, 4
Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce 35
Privy Council Office 60
Programs A-Z 49
Project Emptor 62
provinces 56
provinces and territories 4, 11, 18, 26, 34, 44
provincial 56, 78, 79
provincial/territorial 3, 5, 11, 26, 28, 33, 40, 44, 58, 63, 89, 91
Public Documents Act 80
Public Officers Act 80
Public Servants Inventions Act 80
Public Service Commission of Canada 52
Public Works and Government Services Canada (PWGSC) 43, 59, 64
Public–Private Partnerships 38
Radio Frequency Spectrum Management 50
Radio Spectrum Management and Telecommunications 12
Radiocommunication Act 80
Radiocommunication Regulations — Non-Broadcast Radio Licensing Fee Reform 53
RCMP 59, 61, 62
Regional Development Incentives Act 81
Regional Trade Networks 46, 47
Registered Individual Learning Accounts 4
Registrar General 80

remote regions 24, 88
Reports on Plans and Priorities 50
research and development (R&D) 3, 4, 6, 7, 16, 17, 19, 20, 29, 55, 56, 78, 79, 87
Research Chairs 55
Research Project Contributions 77
Research, Technology and Innovation 12
Results for Canadians 48, 49
rural 24, 41, 42, 62, 75, 76, 88, 92
Rural secretariat 62
SchoolNet 4, 75
SchoolNet GrassRoots Program 63
SchoolNet Youth Employment Initiative 65
science and technology (S&T) 1, 3, 18, 19
Seals Act 80
Senior Citizen's Secretariat 62
senior citizens 62
Service Canada 48, 49
Service Improvement Initiative 48
SkillNet.ca 63
small and medium-sized enterprises (SMEs) 1, 15–18, 20, 26, 35, 36, 41, 42, 46, 49, 55, 76, 77, 92
Small Business Conferences and Info-Fairs 42
Small Business Investment Grants Act 81
small businesses 36, 41, 42, 53, 75, 76, 94
Smart Communities 22, 24, 76
Social Sciences and Humanities Research Council Act 81
Social Sciences and Humanities Research Council of Canada (SSHRC) 1, 5
Solicitor General Canada 59, 61
SourceCAN 25, 47
Sources of Financing 12, 28, 49
Special Areas Act 81
Spectrum 48
Spectrum, Information Technologies and Telecommunications 29
Speech from the Throne 1, 3, 4, 28, 50
Standards Council of Canada 1, 33
Standards Council of Canada Act 81
Standing Committee on Industry 13
Statistics Act 81
Statistics Canada 1, 18, 36, 43, 59, 64
Steps to Competitiveness 12
Steps to Growth Capital 12
Strategis 11, 12, 27, 49, 50
Student Connection Program 24, 26, 65, 76
students 50, 52
Support Payments to Consumer Groups and Other Voluntary Organizations Working in the Consumer Interest 77
Sustainable Cities Initiative 47, 56
Sustainable Development Strategy 10, 11, 53
Sustainable Development Technology Fund (SDTF) 56
Sweden 22

Team Canada Inc 5, 43–45, 47, 64, 93
Technology Partnerships Canada (TPC) 12, 19, 56, 77
Technology Roadmaps (TRMs) 12, 18, 56
Teleglobe Canada Reorganization and Divestiture Act 80
Telesat 24
Telesat Canada Reorganization and Divestiture Act 80
Temporary Foreign Workers Program 38
Textile Labelling Act 80
Timber Marking Act 80
Toronto Police Service 64
Toronto Strategic Partnership 64
Trade Data Online 12
Trade Team Canada Sectors 46
Trade Unions Act 80
Trade-marks Act 80
Transport Canada 43, 60, 64
Treasury Board of Canada 59
Treasury Board of Canada, Secretariat (TBS) 51
U.S. Federal Bureau of Investigation 62
U.S. Federal Trade Commission 62
U.S. Postal Inspection Service 64
United Nations 60
United States 4–6, 10, 16, 22, 24, 38–40, 43, 45, 61, 62
urban 24, 47, 75
Virtual Trade Shows 47
visible minorities 52
voluntary organizations 76, 77
voluntary sector 24
Voluntary Sector Network Support Program (VolNet) 76
Volunteer Canada 63
Weights and Measures Act 80
Western Economic Diversification Act 81
Western Economic Diversification Canada (WD) 1, 43, 49, 59, 64, 81
Winding-Up and Restructuring Act 80
Wireless and Internetworking Systems Experimentation Laboratory (WISELab) 24
women 42
World Bank 60
World Trade Organization (WTO) 31, 44
World Wide Web Consortium's Web Accessibility Initiative 28
youth 7, 24, 26, 27, 42, 63, 65, 76
Youth Employment Strategy (YES) 65, 76

BUDGET DES DÉPENSES

Industrie Canada

Budget des dépenses
2001-2002

Partie III – Rapport sur les plans et les priorités

Canada

Les documents budgétaires

Chaque année, le gouvernement établit son Budget des dépenses, qui présente l'information à l'appui des autorisations de dépenser demandées au Parlement pour l'affectation des fonds publics. Ces demandes d'autorisations sont présentées officiellement au moyen d'un projet de loi de crédits déposé au Parlement. Le Budget des dépenses qui est déposé à la Chambre des communes par la présidente du Conseil du Trésor, comporte trois parties :

Partie I – Le Plan de dépenses du gouvernement présente un aperçu des dépenses fédérales et résume les rapports entre les principaux éléments du Budget principal des dépenses et le Plan de dépenses (qui figure dans le budget).

Partie II – Le Budget principal des dépenses étaye directement la *Loi de crédits*. Le Budget principal des dépenses énonce les autorisations de dépenser (crédits) et les sommes à inclure dans les projets de loi de crédits que le Parlement doit adopter afin que le gouvernement puisse mettre en applications ses plans de dépenses. Les Parties I et II du Budget des dépenses sont déposées simultanément le 1er mars ou avant.

Partie III – Le Plan de dépenses du ministère est divisé en deux documents :

1) **Les rapports sur les plans et les priorités (RPP)** sont des plans de dépenses établis par chaque ministère et organisme (à l'exception des sociétés d'État). Ces rapports présentent des renseignements plus détaillés au niveau des secteurs d'activité et portent également sur les objectifs, les initiatives et les résultats prévus; il y est fait également mention des besoins connexes en ressources pour une période de trois ans. Les RPP contiennent également des données sur les besoins en ressources humaines, les grands projets d'immobilisations, les subventions et contributions, et les coûts nets des programmes. Ils sont déposés au Parlement par la présidente du Conseil du Trésor au nom des ministres responsables des ministères et des organismes désignés aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Ces documents doivent être déposés au plus tard le 31 mars, pour renvoi aux comités qui font ensuite rapport à la Chambre des communes conformément au paragraphe 81(4) du Règlement.

2) **Les rapports ministériels sur le rendement (RMR)** rendent compte des réalisations de chaque ministère et organisme en fonction des attentes prévues en matière de rendement qui sont indiquées dans leur RPP. Ces rapports sur le rendement, qui portent sur la dernière année financière achevée, sont déposés au Parlement en automne par la présidente du Conseil du Trésor au nom des ministres responsables pour les ministères et des organismes désignés aux annexes I, I.1 et II de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

Le Budget des dépenses, de même que le budget du ministre des Finances, sont le reflet de la planification budgétaire annuelle de l'État et de ses priorités en matière d'affectation des ressources. Ces documents, auxquels viennent s'ajouter par la suite les Comptes publics et les rapports ministériels sur le rendement, aident le Parlement à s'assurer que le gouvernement est dûment comptable de l'affectation et de la gestion des fonds publics.

Dans le cadre des efforts qu'il déploie continuellement pour simplifier les exigences liées aux rapports, le Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada a demandé qu'Industrie Canada et treize autres ministères examinent d'autres structures de rapport en remplacement de leur *Rapport sur les plans et les priorités* de cette année. Il a donc exempté le ministère de se conformer aux lignes directrices prescrites pour la préparation de ce rapport.

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, représentée par
le ministre des Travaux publics et des Services gouvernementaux, 2001

En vente au Canada chez votre libraire local ou par la
poste auprès des Éditions du gouvernement du Canada (TPSGC)
Ottawa (Canada) K1A 0S9

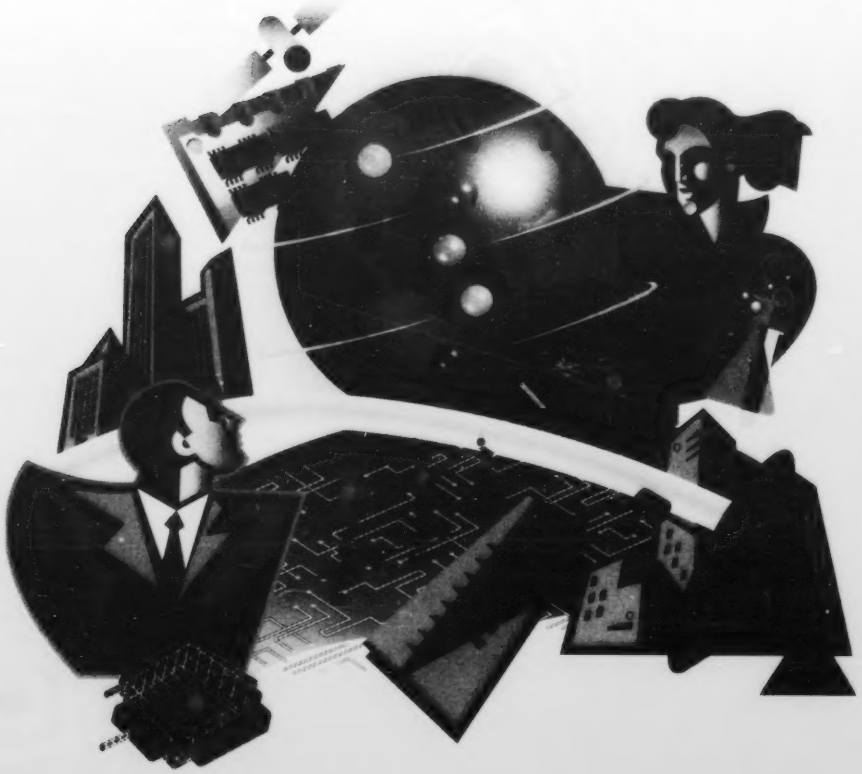
Téléphone : 1-800-635-7943
Site Internet : http://publications.tpsgc.gc.ca

No. de catalogue BT31-2/2002-III-61

ISBN 0-660-61492-8

Industrie Canada Industry Canada

Budget des dépenses 2001-2002



Rapport sur les plans et les priorités

Ministre de l'Industrie

Table des matières

Section 1 : Message du Ministre pour le Portefeuille 1

Section 2 : Industrie Canada — Un partenaire indispensable

A. Quoi de neuf? 3
B. Notre raison d'être : stimuler l'essor économique 5
C. Industrie Canada : sensibiliser les parties intéressées, les clients et les citoyens 11
D. Initiatives de gestion 13
E. Dépenses prévues et équivalents temps plein 15

Section 3 : Industrie Canada — Valeur ajoutée au Programme

A. Sommaire des priorités et des résultats escomptés 17
B. Plan d'action du Ministère pour un programme à valeur ajoutée 18
   Innovation 18
   Connectivité 23
   Marché 32
   Investissement 40
   Commerce 48
C. Apport d'Industrie Canada à l'initiative *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes* 54
   Prestation de services axée sur les citoyens 54
   Les gouvernements canadiens en ligne 56
   Fonction moderne de contrôleur 57
   Amélioration des rapports au Parlement 57
   Intégrité des programmes 58
   Création d'un milieu de travail exemplaire 58

Section 4 : Initiatives conjointes

A. Initiatives horizontales 61
   Projets de règlement importants 61
   Stratégie de développement durable 61
B. Initiatives collectives 66

Section 5 : Renseignements financiers

5.1 Sommaire des paiements de transfert par secteur d'activité 77
5.2 Renseignements sur les programmes de paiement de transfert 78
5.3 Source des recettes disponibles et des recettes non disponibles 79
5.4 Coût net du Programme pour l'année budgétaire 80
5.5 États financiers du fonds renouvelable – État des résultats du fonds renouvelable de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) 80
5.6 États financiers du fonds renouvelable – État de l'évolution de la situation financière 81
5.7 États financiers du fonds renouvelable – Utilisation prévue des autorisations 81
5.8 Prêts, placements et avances 81

Section 6 : Renseignements supplémentaires

6.1 Organigramme du Portefeuille de l'Industrie 83
6.2 Programme de développement industriel et régional 84
6.3 Objectifs des programmes de subventions et de contributions en cours d'Industrie Canada 84
6.4 Lois 91
6.5 Comment joindre Industrie Canada 93
6.6 Bureaux régionaux d'Industrie Canada 95
6.7 Centres de commerce international 96
6.8 Centres de services aux entreprises du Canada 97

Annexe A

Tableau de concordance d'Industrie Canada : objectifs stratégiques par secteur d'activité 99

Annexe B

Déclaration de la direction 109

Annexe C

Sites Web mentionnés dans le Rapport sur les plans et les priorités 111

Index 115

www.ic.gc.ca

Section 1 : Message du Ministre pour le Portefeuille

Nous voyons le Canada comme un pays fort et dynamique, un chef de file de l'économie mondiale du savoir et un endroit où tous les citoyens peuvent bénéficier de la prospérité économique et sociale.

C'est pourquoi le gouvernement investit dans le savoir et l'innovation, piliers de notre qualité de vie. Grâce à des investissements stratégiques dans le perfectionnement des compétences, la création du savoir et les nouvelles technologies, il est résolu à enrichir l'infrastructure du savoir, à favoriser l'innovation et la recherche et à aider le Canada à s'imposer plus rapidement en tant que chef de file de la nouvelle économie.

La stratégie du gouvernement consistant à investir dans le savoir et l'innovation stimule déjà la création d'entreprises, de produits, de procédés et d'emplois. Les quinze organisations membres du Portefeuille de l'Industrie contribuent à la croissance économique, ce qui améliore la qualité de vie et le bien-être de tous les Canadiens.

Le Portefeuille de l'Industrie dispose de plus de 40 p. 100 des fonds fédéraux consacrés aux sciences et à la technologie et de bon nombre de leviers microéconomiques. Il les emploie de manière déterminante sur plusieurs plans : faire la promotion de l'innovation dans le domaine scientifique et technologique, aider les petites et moyennes entreprises à prendre leur essor, stimuler le commerce et l'investissement et favoriser la croissance économique des collectivités canadiennes.

Je suis heureux de présenter le Rapport sur les plans et les priorités au nom d'Industrie Canada. Ce document informe la population canadienne des réalisations prévues pour les trois prochains exercices et montre comment le Ministère aidera le gouvernement à atteindre les objectifs dont fait état le discours du Trône, à savoir faire du Canada l'un des pays les plus novateurs du monde et l'un des plus aptes à intéresser les investisseurs et veiller à ce qu'il demeure le pays le plus branché. Par ailleurs,

Les membres du Portefeuille de l'Industrie

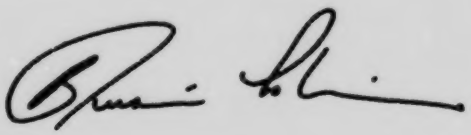
- Agence de promotion économique du Canada atlantique
- Agence spatiale canadienne
- Banque de développement du Canada*
- Commission du droit d'auteur Canada
- Commission canadienne du tourisme*
- Conseil canadien des normes*
- Conseil de recherches en sciences humaines du Canada
- Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada
- Conseil national de recherches Canada
- Développement économique Canada pour les régions du Québec
- Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
- Industrie Canada
- Société d'expansion du Cap-Breton*
- Statistique Canada
- Tribunal de la concurrence

**Organisation non tenue de soumettre un rapport sur les plans et les priorités*

Industrie Canada fera la promotion du commerce et veillera à ce que les lois-cadres régissant le marché soient de calibre mondial. Le présent rapport indique comment le Ministère s'y prendra afin d'atteindre ces objectifs et de se révéler un partenaire indispensable pour les Canadiens.

Nous mettrons nos efforts en commun avec des organisations telles qu'Industrie Canada pour tirer parti des points forts et des possibilités qui existent à la grandeur du pays.

Le ministre de l'Industrie,



Brian Tobin

Section 2 : Industrie Canada — Un partenaire indispensable

A. Quoi de neuf?

Comme le précise le discours du Trône, l'objectif du gouvernement consiste non seulement à faire du Canada l'un des pays les plus novateurs du monde et l'un des plus aptes à intéresser les investisseurs, mais aussi à veiller à ce qu'il demeure le pays le plus branché et à réaliser le plein potentiel de ses citoyens. Industrie Canada et le Portefeuille de l'Industrie sont appelés à jouer un rôle primordial à cet égard.

La réponse du Premier ministre au discours du Trône renforce ces objectifs, en faisant le lien entre les politiques sociales et économiques :

> [...] une économie de classe mondiale exige des travailleurs qualifiés de même qu'une population sachant lire et écrire, instruite et en santé. Mais pour ce faire, nous devons avoir une société qui ne laisse personne pour compte. Les priorités économiques sont indissociables des priorités sociales. S'il est vrai qu'une économie vigoureuse nous permet de concrétiser nos valeurs sociales, il est aussi vrai que la solidarité sociale est à la base de la vigueur économique.

Cette orientation donne à penser que, malgré l'appui généralisé que recueille l'augmentation des investissements au titre du programme microéconomique, il faudra montrer de quelle façon les Canadiens en bénéficieront.

Le gouvernement élaborera une vaste stratégie pour améliorer la performance économique du pays et la qualité de vie des Canadiens en stimulant l'innovation des entreprises, du gouvernement, des chercheurs et des citoyens.

La stratégie proposera des investissements clés dans la recherche-développement (R-D), l'infrastructure et les ressources humaines requises pour que l'économie canadienne soit au nombre des plus innovatrices du monde. Elle proposera également des mesures stratégiques destinées à améliorer le climat d'affaires pour favoriser l'innovation et permettre au Canada d'attirer et de retenir les travailleurs intellectuels et les entrepreneurs essentiels à son succès en tant que pays.

Cette démarche bien ciblée appuiera la créativité des entreprises novatrices pour améliorer la performance canadienne sur le plan de l'innovation et aider le Canada à demeurer un pays ingénieux dans l'économie mondiale du savoir.

Principales initiatives

Le discours du Trône indique combien le gouvernement est déterminé à *faire reconnaître le Canada comme l'un des pays les plus novateurs du monde*. Il montre clairement que le gouvernement a l'intention de travailler en partenariat avec les gouvernements des provinces et des territoires, les entreprises, les établissements d'enseignement et les citoyens afin de faire, d'ici 2010, du Canada l'un des cinq pays les plus avancés au chapitre de la R-D grâce aux mesures suivantes :

- doubler à tout le moins les dépenses fédérales en R-D;

- renforcer la capacité des universités canadiennes et des laboratoires et organismes gouvernementaux en matière de recherche;
- accélérer la capacité du Canada à commercialiser ses dernières découvertes;
- poursuivre une stratégie globale dans le domaine des sciences et de la technologie (S-T) au pays;
- cibler stratégiquement les nouveaux investissements destinés à la recherche (p. ex., en sciences de la vie);
- augmenter l'aide au développement de technologies nouvelles pour les Canadiens handicapés.

Dans sa réponse, le Premier ministre indique que le gouvernement affectera davantage de fonds aux conseils subventionnaires et à Génome Canada, et veillera à ce que les universités aient les ressources nécessaires pour tirer pleinement parti des activités de recherche parrainées par le gouvernement fédéral.

Le discours du Trône reconnaît que le succès économique repose sur les talents humains. C'est pourquoi le gouvernement *accroîtra les possibilités d'apprentissage et les ressources éducatives à la disposition des Canadiens* en prenant les moyens suivants :

- aider les jeunes Canadiens à trouver un emploi et à mettre en application leur esprit d'entreprise et leur créativité;
- collaborer avec les Autochtones pour renforcer leur savoir-faire et leur esprit d'entreprise;
- créer un régime enregistré d'apprentissage personnel pour aider les Canadiens à trouver les sommes nécessaires à leur formation;
- améliorer le programme de prêts aux étudiants à temps partiel, afin qu'un plus grand nombre de travailleurs puissent étudier tout en ayant un travail rémunéré;
- collaborer avec les provinces et les territoires pour attirer des immigrants possédant des compétences spécialisées.

Le but du gouvernement est de faire en sorte qu'au moins un million de personnes de plus profitent des possibilités d'apprentissage accrues au cours des cinq prochaines années. Dans sa réponse, le Premier ministre ajoute un nouvel objectif : « préparer notre pays à être le bassin par excellence de talents et de compétences ». Il souligne à cet égard que « dans ce contexte, nos investissements les plus importants sont ceux que nous effectuons dans nos gens ».

Le discours du Trône précise que le gouvernement prendra différentes mesures pour *faire du Canada le pays le plus branché du monde*, notamment :

- continuer d'appuyer le Programme d'accès communautaire et Rescol;
- rehausser Rescol en créant davantage de contenu de formation en ligne;
- s'efforcer d'offrir d'ici 2004 tous ses services en ligne, de manière à être mieux branché avec les Canadiens;
- moderniser la législation fédérale relative à la protection de la vie privée, de manière à protéger les renseignements personnels touchant les Canadiens, et étendre aux idées et aux connaissances nouvelles la protection du droit d'auteur;
- donner suite aux conseils du Groupe de travail national sur les services Internet à large bande concernant la façon dont nous pouvons, d'ici 2004, rendre ces services accessibles aux citoyens, aux entreprises, aux établissements d'enseignement et à l'ensemble des collectivités du Canada;

- continuer de soutenir le développement de contenu numérique dans Internet tant en français qu'en anglais;
- contribuer à combler le fossé numérique à l'échelle mondiale.

Dans ses efforts pour faire du Canada l'un des pays les plus aptes à intéresser les investisseurs et les gens d'affaires, le gouvernement *fait la promotion du commerce et de l'investissement et veille à ce que les lois-cadres régissant le marché soient de calibre mondial*. Le discours du Trône rappelle que le gouvernement a mis en œuvre le 1er janvier 2001 le plus ambitieux programme d'allégement fiscal jamais offert aux particuliers, aux entreprises et aux sociétés. En outre, le gouvernement veillera à :

- collaborer avec le nouveau gouvernement des États-Unis pour assurer de part et d'autre un accès plus sûr et plus efficace au marché;
- continuer le travail conjoint déjà entrepris pour moderniser la frontière commune;
- s'assurer que les lois et règlements canadiens, y compris ceux qui concernent la propriété intellectuelle et la compétitivité, demeurent parmi les plus modernes et les plus progressistes du monde;
- lancer une stratégie d'image de marque pour sensibiliser les investisseurs;
- continuer à organiser des missions commerciales d'Équipe Canada;
- organiser des missions d'Équipe Canada Investissement aux États-Unis et en Europe.

Les annonces qui suivent découlent de la mise à jour budgétaire de l'automne 2000 :

- subvention de 500 millions de dollars à la Fondation canadienne pour l'innovation (FCI);
- affectation au Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH) de 100 millions de dollars sur cinq ans, à l'appui de la recherche visant l'économie du savoir;
- mesures d'allégement fiscal pour stimuler l'emploi et la croissance.

B. Notre raison d'être : stimuler l'essor économique

Mandat d'Industrie Canada

Industrie Canada a pour mandat d'aider les Canadiens à être plus productifs et concurrentiels dans l'économie du savoir et d'améliorer ainsi le niveau de vie et la qualité de vie au pays. Par ses politiques, programmes et services, le Ministère stimule l'essor d'une économie dynamique axée sur l'innovation pour :

- procurer aux Canadiens des emplois plus nombreux et mieux rémunérés;
- favoriser la croissance des entreprises grâce à l'amélioration soutenue de la performance sur le plan de la productivité et de l'innovation;
- donner aux consommateurs, aux entreprises et aux investisseurs l'assurance que le marché est équitable, efficace et concurrentiel.

Industrie Canada s'acquitte de son mandat en adoptant des politiques micro-économiques efficaces et en offrant des programmes et services qui s'adressent directement aux entreprises et aux consommateurs canadiens de toutes les régions du pays. Le Ministère travaille en partenariat avec l'industrie, les universités, les collèges, les organismes non gouvernementaux (ONG), les autres membres du Portefeuille de l'Industrie, d'autres ministères et les pouvoirs publics provinciaux et territoriaux.

Notre défi : doter le pays d'une économie dynamique

Performance récente

Au cours des dernières années, le Canada est parvenu à éliminer les graves problèmes structurels qui limitaient autrefois sa compétitivité par rapport au reste du monde. Il affiche maintenant un excédent budgétaire, un faible taux d'inflation et des taux d'intérêt peu élevés. En outre, sa dette par rapport au produit intérieur brut (PIB) est en baisse, une plus grande part de ses exportations est axée sur le savoir et l'économie canadienne est l'une des plus ouvertes du monde.

Jusqu'en décembre 2000, le Canada a connu 21 trimestres consécutifs de croissance économique, soit la plus longue période de croissance ininterrompue depuis le milieu des années 60. Entre 1995 et 1999, les investissements réels en biens d'équipement ont progressé de 14,3 p. 100 par an. L'augmentation des investissements dans les technologies de l'information et des communications (TIC) – moteur de la nouvelle économie américaine – a été encore plus rapide, soit environ 26,4 p. 100 par année. Les chiffres les plus récents indiquent que l'expansion économique se poursuit à un rythme régulier et plus durable. Là encore, plusieurs réalités économiques présentent à moyen terme des défis de taille pour le Canada.

Partage d'un espace économique commun en Amérique du Nord

L'élément dominant de la compétitivité du Canada est l'ouverture de son économie au reste du monde et, en particulier, à l'influence envahissante de l'économie du savoir la plus puissante et la plus dynamique du monde – celle des États-Unis. Le Canada partage également l'espace économique nord-américain avec son autre partenaire de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), le Mexique, qui lui livre une concurrence de plus en plus vive sur le riche marché américain.

Pour que le Canada affiche une bonne performance économique, tant sur le marché nord-américain que sur les autres marchés mondiaux, il doit améliorer sa productivité et investir dans l'avancement des connaissances (y compris par l'acquisition de compétences pour l'économie du savoir). Dans ces domaines, le Canada ne peut se permettre d'être au même niveau que ses principaux concurrents, y compris les États-Unis. Il doit faire mieux.

La croissance de la productivité, un élément essentiel

L'amélioration du niveau de vie et de la qualité de vie passe par la croissance de la productivité. Grâce à une productivité accrue et à l'augmentation des revenus qui en résulte, le Canada pourra bénéficier de services propres à mettre en valeur le potentiel de production du pays, favoriser le développement durable et financer des programmes sociaux qui améliorent la qualité de vie des citoyens.

Depuis quelques décennies, le Canada accuse un retard sur le plan de la productivité par rapport aux autres pays de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE). Dans le contexte nord-américain, il affiche un niveau de productivité inférieur de 15 à 20 p. 100 à celui des États-Unis. Cette situation explique la différence de revenu entre les deux pays.

Les mesures prises depuis 1994 pour revitaliser l'économie canadienne portent fruit. Les derniers chiffres de la productivité canadienne sont encourageants, car ils montrent que la croissance s'accélère. Selon une étude récente du Conference Board du Canada, l'augmentation récente de l'investissement dans les technologies de l'information au pays a stimulé de façon appréciable la productivité du travail et la croissance de la production au cours des dix dernières années. Toutefois, les Canadiens ne peuvent se reposer sur leurs lauriers. Des défis subsistent. Il faut faire encore davantage afin de continuer à améliorer la productivité.

Investir dans l'économie du savoir

Pour améliorer la croissance de la productivité dans l'économie canadienne du savoir, tant aujourd'hui que demain, l'effort soutenu des entreprises, des pouvoirs publics, des collectivités et des citoyens canadiens est essentiel.

Ces dernières années, le Canada a accompli d'énormes progrès en favorisant l'avancement des connaissances et l'innovation, éléments sur lesquels repose une économie du savoir florissante. Toutefois, il doit poursuivre sur sa lancée. Par exemple, comme le signale l'Étude économique Canada 2000 réalisée par l'OCDE, le Canada consacre une part relativement modeste de son PIB à la R-D (environ 1,6 p. 100 du PIB comparativement à une moyenne de 2,2 p. 100 pour les pays de l'OCDE). C'est pourquoi le gouvernement s'est engagé à faire, d'ici 2010, du Canada l'un des cinq pays les plus avancés au chapitre de la R-D, en doublant à tout le moins les dépenses fédérales qui y sont consacrées.

Dans l'économie mondiale du savoir, ce sont les travailleurs, leurs compétences et leur imagination qui constituent la base d'une économie novatrice et productive. Le Canada a du mal à faire face à la demande de personnes hautement qualifiées. Au cours des prochaines décennies, le pays risque fort d'être aux prises avec un plus faible taux de croissance de la population parmi les jeunes, le vieillissement de la main-d'œuvre et des départs à la retraite massifs. En outre, c'est au niveau international que s'exerce maintenant la concurrence pour le recrutement de personnes hautement qualifiées.

Pour relever ces défis, les Canadiens doivent tirer parti des possibilités d'apprentissage continu et d'acquisition de nouvelles compétences (en particulier en technologie numérique), de la formation permanente et du perfectionnement des compétences en milieu de travail, ainsi que des nouveaux outils didactiques qu'offre le cyberapprentissage. Les entreprises ont aussi un rôle capital à jouer à cet égard, en offrant aux Canadiens d'excellentes possibilités de formation et de perfectionnement des compétences en milieu de travail. Le Canada doit mettre en place les outils nécessaires pour être le meilleur endroit du monde où vivre et travailler au XXIe siècle.

Les technologies de l'information et des communications (TIC) continuent de transformer l'économie et la société canadiennes. Tout comme l'électricité avait transformé radicalement l'économie et la société au début du XXe siècle, les TIC modifient les paramètres de la société actuelle, depuis les biens matériels jusqu'aux connaissances, en passant par les réseaux et les services. La connectivité est un élément clé de la compétitivité et de la réussite dans l'économie du savoir. Il est donc essentiel

> En ce qui a trait aux services Internet à large bande, les avantages sont tels que le Canada devrait viser comme objectif à tout le moins une couverture nationale comparable à celle de l'infrastructure des réseaux téléphoniques et électriques.
>
> — Le Conference Board du Canada, tiré de *Canada Wins Silver in the Race for Connectedness* Janvier 2001.

que tous les Canadiens soient en mesure de tirer pleinement parti de ces technologies et de nouvelles applications, comme le cyber-apprentissage, la télésanté, le commerce électronique ainsi que les programmes et services en ligne du gouvernement. C'est pourquoi le Canada continue de se doter d'une solide assise pour devenir le pays le plus branché du monde.

Un climat d'affaires plus propice à l'esprit d'entreprise

Afin de renforcer la capacité de production de l'économie et de faire face à l'environnement numérique, le Canada doit s'assurer que ses lois et ses services axés sur le marché sont à jour et novateurs. L'existence d'un cadre législatif et réglementaire équitable, efficace et moderne, axé sur le marché, stimule également la compétitivité et l'esprit d'entreprise. Comme les entreprises canadiennes doivent livrer concurrence sur la scène internationale, il convient de veiller à ce que la législation et la réglementation ne les défavorisent pas, ni elles ni les consommateurs et les investisseurs, mais qu'elles contribuent plutôt à la prospérité de l'économie canadienne.

Bien que nombre des éléments propres à stimuler la prospérité de l'économie canadienne soient déjà en place, il faut améliorer les occasions d'affaires au pays afin de profiter des retombées de l'économie du savoir et insuffler un dynamisme nouveau au secteur canadien des affaires. Il est essentiel d'instaurer un climat d'affaires favorable à l'esprit d'entreprise pour que le Canada devienne le lieu de prédilection des entreprises et des investisseurs. Son ouverture aux échanges commerciaux et à l'investissement lui donne accès à des marchés d'exportation et à des sources d'investissement qui assurent le financement de base des entreprises, deux facteurs essentiels à l'amélioration de la productivité. Par ailleurs, cette ouverture facilite le transfert de la technologie et la mobilité des travailleurs intellectuels, éléments indispensables à l'économie du savoir.

Domaines où Industrie Canada ajoute de la valeur au Programme

Industrie Canada, ses partenaires et d'autres intervenants redoublent d'efforts pour aider les Canadiens à se doter d'une économie plus dynamique et améliorer le climat de manière à favoriser une productivité accrue, la croissance économique et la création d'emplois en mettant l'accent sur cinq objectifs stratégiques.

Innovation : Améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation

On ne saurait surestimer l'importance de l'innovation pour l'économie d'aujourd'hui et de demain. Il s'agit d'un élément crucial qui permet aux Canadiens d'accroître leur productivité. L'innovation favorise la mise au point de nouveaux outils et de nouvelles techniques permettant de transformer plus efficacement les intrants en un plus grand nombre d'extrants améliorés. Aussi simple que cela puisse paraître, les gains de productivité procèdent de la capacité d'innover en faisant fond sur les méthodes existantes ou en créant des méthodes entièrement nouvelles.

C'est pourquoi l'un des principaux objectifs du Ministère consiste à améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation en s'efforçant de mieux faire connaître l'innovation, en élargissant le champ des connaissances, en privilégiant la commercialisation et l'adoption de produits et services novateurs et en intensifiant le développement et l'utilisation de pratiques et de technologies visant à une éco-efficacité accrue. C'est en stimulant l'esprit d'innovation pour obtenir des résultats économiques concrets que les Canadiens pourront bénéficier des avantages de la productivité, principalement d'une amélioration de leur niveau et de leur qualité de vie.

Connectivité : Faire du Canada le pays le plus branché du monde

L'accès des Canadiens aux possibilités que leur offre l'économie du savoir est un facteur déterminant pour la croissance soutenue de la productivité et la qualité de vie de l'ensemble des citoyens. Tous les aspects de leur vie s'en trouvent transformés : les modes de communication, les formes d'apprentissage, le travail et le jeu. La connectivité permet de réunir les Canadiens, de faciliter l'apprentissage continu, d'améliorer les soins de santé dans les régions éloignées, d'accroître la productivité industrielle et d'accéder plus facilement et plus rapidement aux marchés intérieur et étrangers. Tous les secteurs industriels, traditionnels et nouveaux, en ressentiront les effets, de même que toutes les collectivités, quel que soit leur emplacement géographique, ainsi que tous les Canadiens. Le Canada doit faire fond sur ses points forts et miser sur l'énorme potentiel d'une économie et d'une société de réseau.

Industrie Canada contribue à cette démarche en veillant à ce que la population canadienne ait accès à l'inforoute à un prix abordable, grâce à l'initiative Un Canada branché, dont l'objectif général est de faire du Canada le pays le plus branché du monde. Le corollaire de cet ambitieux projet consiste à faire du Canada un lieu de prédilection pour le développement de produits et services liés au commerce électronique, ce qui aura pour effet d'attirer l'investissement et de stimuler l'innovation dans l'ensemble de l'économie.

> « Le Canada est bien placé pour être un leader de l'économie sur Internet en raison de son infrastructure évoluée, de sa population très branchée et de ses premières incursions dans le domaine de l'élaboration de politiques sur l'utilisation d'Internet. »
>
> *— Rapport de la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes*
> Janvier 2000.

Marché : Créer un marché équitable, efficace et concurrentiel

Pour contribuer à l'accroissement de la productivité et à la prospérité de l'économie en général, Industrie Canada met tout en œuvre afin que les rouages du marché ainsi que les produits et services connexes aident à faire du Canada un chef de file dans l'économie mondiale du savoir. Un marché équitable, efficace et concurrentiel constitue un préalable pour attirer l'investissement, stimuler le commerce et encourager l'innovation. Ce type de marché offre la stabilité et l'efficacité requises pour assurer la bonne marche des affaires, tout en contribuant à maintenir la confiance des consommateurs dans les produits et services qui y sont offerts et les transactions qui y sont conclues.

Le Ministère est responsable des structures du marché qui influent directement sur la capacité du pays à être à l'avant-garde de l'économie du savoir, notamment en ce qui a trait à la propriété intellectuelle, au droit de la concurrence et aux structures qui protègent les consommateurs.

Investissement : Promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement intérieur et étranger

Pour afficher une bonne performance économique, le Canada doit attirer et conserver l'investissement international. La valeur de l'investissement étranger direct (IED) au Canada a atteint 240 milliards de dollars en 1999, soit une augmentation de 165 p. 100 par rapport à 1985. Toutefois, la part canadienne de l'IED dans les pays signataires de l'ALENA a chuté, passant de 24 p. 100 en 1985 à 12 p. 100 en 1999. Cette baisse témoigne de la très vive concurrence mondiale pour l'IED.

Dans la nouvelle économie, lorsqu'ils prennent des décisions d'investissement, les investisseurs étrangers accordent une importance croissante à des facteurs comme la disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée, la qualité des infrastructures ainsi que la force novatrice et le dynamisme de l'économie. À ce chapitre, le Canada occupe déjà un rang enviable à plus d'un titre, mais il doit consentir d'autres efforts et reconnaître avant tout qu'il doit surpasser les États-Unis, son principal concurrent pour l'investissement étranger. Le Ministère s'emploie par conséquent à renforcer l'attrait du Canada aux yeux des investisseurs étrangers et à positionner le pays comme le lieu privilégié pour l'investissement intérieur et étranger au XXI^{e} siècle.

Commerce : Travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux

Le Canada doit saisir les occasions sur les marchés mondiaux s'il veut récolter les fruits de ses efforts visant à accroître la productivité. Il est le plus ouvert des pays du G-7 et compte, plus que tout autre pays industrialisé, sur le commerce pour stimuler l'emploi et la croissance. Toutefois, il reste des défis de taille à relever, et le Canada doit profiter pleinement des perspectives commerciales internationales tout en atténuant les risques dans une économie mondiale en rapide évolution. Les marchés mondiaux en plein essor pour les produits et services de l'industrie du savoir offrent l'occasion de relever ces défis. Le Ministère met tout en œuvre pour stimuler le commerce axé sur ces marchés et encourager un plus grand nombre d'entreprises à adapter leurs produits et services à l'exportation.

Industrie Canada et le développement durable

Industrie Canada a publié en 1997 sa première stratégie de développement durable, qui lui a permis d'apprendre et de découvrir la façon de promouvoir efficacement les objectifs environnementaux, économiques et sociaux – but ultime du développement durable. Il en a tiré de précieux enseignements dont il a su s'inspirer pour élaborer la structure de sa deuxième stratégie, laquelle met l'accent sur l'engagement du Ministère à exercer un leadership pragmatique et à établir des partenariats efficaces.

La Stratégie de développement durable d'Industrie Canada pour la période allant de 2000 à 2003 tient compte de la responsabilité générale du Ministère relativement à l'instauration d'une économie du savoir plus concurrentielle, propre à assurer la croissance de l'emploi et des revenus. Elle reflète également l'idée selon laquelle la productivité, l'innovation, la création d'emplois et l'augmentation des revenus permettent au pays de maintenir son potentiel productif, de faire face aux enjeux environnementaux, économiques et sociaux, et d'appuyer les programmes qui améliorent la qualité de vie des citoyens canadiens.

Stratégie de développement durable d'Industrie Canada
Objectifs de 2000 à 2003

Productivité par l'éco-efficacité

Améliorer la capacité des Canadiens, des industries et des entreprises à mettre au point et à utiliser des pratiques, outils, technologies et produits dont l'éco-efficacité contribue à accroître la productivité et la performance environnementale.

Technologies environnementales

Favoriser la mise au point et la diffusion de technologies environnementales et habilitantes qui produisent des avantages économiques et environnementaux à long terme.

Intégration du développement durable dans la prise de décisions

Améliorer l'intégration des objectifs de développement durable dans la prise des décisions touchant, entre autres, l'élaboration et la mise en œuvre des politiques, des plans et des activités du Ministère.

C. Industrie Canada : sensibiliser les parties intéressées, les clients et les citoyens

L'instauration d'une économie dynamique et novatrice et, en fin de compte, l'amélioration du niveau de vie et de la qualité de vie des Canadiens constituent une entreprise commune. Les pouvoirs publics doivent travailler de concert avec les entreprises, les établissements d'enseignement, les autres paliers de gouvernement et les particuliers à l'élaboration de politiques, de programmes et de services répondant aux besoins.

Industrie Canada accorde la priorité aux activités de consultation et de sensibilisation, notamment au dialogue et à la collaboration entre les administrations fédérale, provinciales et territoriales. Il crée des occasions de rencontre, de consultation et d'échange avec les principaux clients et les parties intéressées concernant les priorités communes. Ce processus de sensibilisation et de dialogue favorise l'échange d'informations pertinentes, en temps opportun, sur divers défis et possibilités d'ordre économique qui aideront le Ministère à améliorer ses activités.

Industrie Canada est conscient du fait que l'émergence d'initiatives qui reposent sur l'engagement des citoyens constitue l'un des piliers du processus décisionnel du secteur public. Des consultations nationales portant sur diverses questions clés en matière de politique microéconomique seront à la base du dialogue amorcé entre le Ministère et ses partenaires en vue d'atteindre des objectifs communs. Un dialogue soutenu avec les Canadiens de toutes les régions du pays constitue un élément important du succès du Canada dans l'économie du savoir.

Le Ministère est à l'avant-garde en matière de services axés sur la clientèle et de produits d'information de pointe. L'initiative Portaildesaffaires.ca (**http://portaildesaffaires.ca**) est issue d'un partenariat visant à offrir aux entreprises canadiennes un accès simplifié à l'ensemble des produits d'information, des formulaires, des programmes et des services fédéraux. Le réseau des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC), partenariat auquel participent des ministères fédéraux ainsi que les provinces et les territoires, offre un guichet unique donnant accès à l'information sur les programmes et les services qui s'adressent aux entreprises et sur les règlements qui les régissent. Des services Internet d'avant-garde, comme *Strategis* (**http://strategis.gc.ca**),

strategis.gc.ca

Le site canadien des entreprises et des consommateurs

Industrie Canada en ligne

Carte du commerce canadien
http://commercecan.ic.gc.ca

Cartes routières technologiques
http://strategis.gc.ca/crt

Le commerce électronique au Canada
http://strategis.gc.ca/com-e

Contact!
http://strategis.gc.ca/contact-f

DÉBUT-é.ca — *Strategis* pour étudiants
http://strategis.gc.ca/debut-e.ca

Données sur le commerce en direct
http://strategis.gc.ca/dcd

Entreprise autochtone Canada
http://strategis.gc.ca/eac

Étapes vers le capital de croissance
http://strategis.gc.ca/croissance

Étapes vers la compétitivité
http://strategis.gc.ca/etapes

FedNor
http://strategis.gc.ca/fednor

Guide des industries canadiennes
http://strategis.gc.ca/gic

Investissement
http://investiraucanada.gc.ca

Partenariat technologique Canada
http://ptc.ic.gc.ca

Recherche, technologie et innovation
http://strategis.gc.ca/innovationf

Renseignements pour les consommateurs
http://strategis.gc.ca/consommateur

Réseau des entreprises canadiennes
http://strategis.gc.ca/rec

Sources de financement
http://strategis.gc.ca/sources

Statistiques relatives à l'industrie canadienne
http://strategis.gc.ca/sic

Services et règlements

Bureau de la concurrence
http://concurrence.ic.gc.ca

Bureau du conseiller en éthique
http://strategis.gc.ca/ethique

Bureau du surintendant des faillites Canada
http://osb-bsf.ic.gc.ca

Direction générale des corporations
http://strategis.gc.ca/corporations

Enregistrement des lobbyistes
http://strategis.gc.ca/lobbyiste

Gestion du spectre radioélectrique et des télécommunications
http://strategis.gc.ca/spectre

Mesures Canada
http://strategis.gc.ca/mescan

Office de la propriété intellectuelle du Canada
http://opic.gc.ca

www.ic.gc.ca

ExportSource (**http://exportsource.ca**) et le site des CSEC (**http://www.rcsec.org**), permettent aux entreprises et aux particuliers d'avoir accès en tout temps à des renseignements stratégiques. Pour sa part, la Passerelle d'information pour le consommateur canadien (**http://www.infoconsommation.ca**) offre un accès facile et rapide à tous les renseignements sur la consommation fournis par le gouvernement du Canada et ses partenaires. Ce projet, dirigé par le Bureau de la consommation d'Industrie Canada, s'inscrit dans le cadre de l'initiative Les gouvernements canadiens en ligne.

Dans les cinq grands bureaux régionaux d'Industrie Canada et les points de service situés dans 50 collectivités, le personnel offre tous les produits et services du Ministère et apporte une importante dimension régionale à l'analyse des questions et des préoccupations particulières de sa clientèle variée.

D. Initiatives de gestion

À l'instar des autres ministères et organismes fédéraux, Industrie Canada élabore et met en œuvre de nouvelles politiques et procédures dans la foulée d'initiatives réalisées à l'échelle du Ministère et de l'administration publique. On trouvera ci-après des exemples d'initiatives en cours (*voir également la section 3C*).

- Industrie Canada, par l'intermédiaire du Bureau du conseiller en éthique, favorise l'excellence dans la prestation des services publics en veillant à ce que tous les titulaires d'une charge publique au sein du gouvernement fédéral respectent le Code régissant la conduite des titulaires de charges publiques en ce qui concerne les conflits d'intérêts et l'après-mandat. Le Bureau est également chargé d'examiner au nom du Parlement la *Loi sur l'enregistrement des lobbyistes* et de préparer un rapport à cet effet destiné à la Chambre des communes. Le Comité permanent de l'industrie se penchera sur l'administration et le fonctionnement de cette loi et le Ministre présentera par la suite devant un comité du Cabinet ses recommandations concernant des modifications à la Loi.
- En 2001-2002, par suite d'un examen interne et conformément à l'article 41 de la *Loi sur les langues officielles*, Industrie Canada travaille à l'élaboration d'une stratégie ministérielle détaillée à long terme, visant à accroître la participation des minorités de langues officielles du Canada à ses programmes et services. La connectivité constituera un élément clé de la stratégie, qui tiendra compte des priorités établies par ces minorités. En outre, pour la première fois, le contenu français dans Internet sera intégré à un plan d'action quinquennal qui constituera un outil de premier ordre pour faciliter l'accès des minorités de langues officielles à l'information en vue de la prise de décisions et aux nouvelles technologies.
- Industrie Canada élabore une politique de communication et de marketing visant à renforcer son aptitude à évaluer et à coordonner diverses activités de communication et de marketing dans l'ensemble du Ministère. Son but consiste à améliorer la capacité de communiquer aux Canadiens les priorités du Ministère et de promouvoir la qualité de sa contribution aux vastes programmes du gouvernement du Canada qui s'adressent aux citoyens.
- Appuyés par les spécialistes du ministère de la Justice du Canada, les Services juridiques d'Industrie Canada offrent toute une gamme de services spécialisés dans divers domaines : concurrence, faillite commerciale et insolvabilité,

sociétés et régie d'entreprises, télécommunications, propriété intellectuelle et droit pénal. Entre autres, ils participent aux investigations et poursuivent des affaires au criminel et au civil. Par ailleurs, l'Administration des droits à l'information et à la protection des renseignements personnels d'Industrie Canada veille à ce que l'on réponde de façon satisfaisante et en temps opportun aux demandes d'accès à l'information et de protection des renseignements personnels. Un site Web consacré à ces questions fournit au public des services interactifs en ligne (**http://www.ic.gc.ca/aiprp**).

E. Dépenses prévues et équivalents temps plein

Dépenses prévues du ministère

(en millions de dollars)	Prévisions des dépenses 2000-2001*	**Dépenses prévues 2001-2002**	Dépenses prévues 2002-2003	Dépenses prévues 2003-2004
Budgétaire du Budget principal des dépenses (brut)	1 255,5	**1 318,2**	1 340,7	1 074,2
Non budgétaire du Budget principal des dépenses (brut)	0,8	**0,8**	0,8	0,8
Moins :				
Recettes disponibles	87,4	**112,5**	118,5	123,8
Total du Budget principal des dépenses	**1 168,9**	**1 206,5**	**1 223,0**	**951,2**
Rajustements	106,2	**60,5**	103,8	80,8
Dépenses nettes prévues	**1 275,1**	**1 267,0**	**1 326,8**	**1 032,0**
Moins :				
Recettes non disponibles	1 759,2	**266,0**	265,9	265,8
Plus :				
Coût des services reçus sans frais	60,0	**58,5**	58,3	58,4
Coût net du Programme	**(424,1)**	**1 059,5**	**1 119,2**	**824,6**
Équivalents temps plein	**5 179**	**5 620**	**5 622**	**5 623**

*Ce montant reflète les prévisions les plus justes du total des dépenses nettes prévues à la fin de l'exercice courant.

Dépenses nettes prévues par secteur d'activité

(en millions de dollars)	Prévisions des dépenses 2000-2001*	**Dépenses prévues 2001-2002**	Dépenses prévues 2002-2003	Dépenses prévues 2003-2004
Politique microéconomique	45,7	**47,2**	43,4	43,1
Règlements et services axés sur le marché	118,8	**108,9**	105,4	102,6
Développement sectoriel de l'industrie	921,9	**1 008,6**	1 078,8	787,2
Tourisme**	80,3	**0,0**	0,0	0,0
Services de gestion et services généraux	108,4	**102,2**	99,2	99,2
Dépenses nettes prévues	**1 275,1**	**1 267,0**	**1 326,8**	**1 032,0**

* Ce montant reflète les prévisions les plus justes des dépenses à la fin de l'exercice courant.
** Ce secteur d'activité a été déplacé en vertu de la *Loi sur la Commission canadienne du tourisme.*

Section 3 : Industrie Canada — Valeur ajoutée au Programme

A. Sommaire des priorités et des résultats escomptés

Stimuler l'essor économique
• Croissance de la productivité
• Création d'emplois • Augmentation des revenus

RÉUSSIR DANS L'ÉCONOMIE DU SAVOIR

INDUSTRIE CANADA : RELEVER LE DÉFI

OBJECTIFS STRATÉGIQUES

INNOVATION
Améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation

CONNECTIVITÉ
Faire du Canada le pays le plus branché du monde

MARCHÉ
Créer un marché équitable, efficace et concurrentiel

INVESTISSEMENT
Promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement intérieur et étranger

COMMERCE
Travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux

RÉSULTATS CLÉS

- ▶ Amener tous les secteurs de l'économie à reconnaître davantage que l'innovation constitue un facteur de réussite déterminant
- ▶ Enrichir les connaissances, en particulier dans les domaines offrant de bonnes possibilités
- ▶ Accélérer la commercialisation et l'adoption de procédés et de produits novateurs par les organismes canadiens
- ▶ Encourager la mise au point et l'application de pratiques et de technologies visant une éco-efficacité accrue au Canada

- ▶ Relier les Canadiens entre eux et au reste du monde d'une manière abordable et accessible
- ▶ Créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique
- ▶ Maximiser les applications et le contenu numérique canadiens en ligne
- ▶ Offrir en ligne, de façon intégrée, davantage de services gouvernementaux clés et d'information aux entreprises et aux consommateurs

- ▶ Établir des structures de marché équitables, efficaces et concurrentielles de calibre mondial répondant aux besoins des entreprises, des consommateurs et des investisseurs
- ▶ S'assurer que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres
- ▶ Renforcer la confiance dans le marché

- ▶ Améliorer le climat d'investissement intérieur et étranger
- ▶ Positionner le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement
- ▶ Attirer de nouveaux investissements des multinationales, tout en les incitant à maintenir leurs investissements actuels
- ▶ Accroître l'investissement des PME et des entreprises autochtones

- ▶ Maintenir et améliorer l'accès aux marchés
- ▶ Améliorer la capacité d'exportation et le degré de préparation des exportateurs
- ▶ Développer les marchés étrangers
- ▶ Stimuler de façon plus coordonnée et concertée l'expansion du commerce international

B. Plan d'action du Ministère pour un programme à valeur ajoutée

INNOVATION : Améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation

L'importance de l'innovation

Élément déterminant d'une productivité accrue, l'innovation favorise la mise au point de nouveaux outils et de nouvelles techniques permettant de transformer plus efficacement les intrants en un plus grand nombre d'extrants améliorés. Aussi simple que cela puisse paraître, les gains de productivité procèdent de la capacité d'innover en faisant fond sur les méthodes existantes ou en créant des méthodes entièrement nouvelles. C'est en stimulant l'esprit d'innovation pour obtenir des résultats économiques concrets que les Canadiens pourront bénéficier des avantages de la productivité, soit une amélioration de leur niveau et de leur qualité de vie.

L'innovation est la clé d'une productivité accrue dans tous les secteurs de l'économie et de la société canadiennes, depuis le secteur primaire jusqu'à celui des services, en passant par le secteur manufacturier traditionnel et la technologie de pointe, et tant dans les ministères que dans les hôpitaux, les établissements d'enseignement et les organismes de services sociaux. Une meilleure productivité conduit à une économie plus dynamique, qui procure aux citoyens un niveau de vie plus élevé et améliore ainsi leur qualité de vie. Pour atteindre ces objectifs, le Canada doit créer les conditions propices à l'innovation et à l'excellence qui stimuleront les Canadiens et attireront au pays les meilleurs éléments du monde entier.

La performance du Canada en matière d'innovation repose sur l'aptitude des Canadiens à acquérir de nouvelles compétences, à s'adapter à de nouvelles conditions, à concevoir de nouvelles idées, à faire de nouvelles découvertes et à saisir de nouvelles possibilités. En relevant avec succès ces défis, le Canada sera davantage en mesure d'offrir des emplois intéressants, de créer des règles du jeu équitables et de promouvoir le développement durable.

Le défi de l'innovation

Selon les études de l'OCDE, le Canada accuse un retard sur le plan de l'innovation par rapport à ses concurrents. Malgré un généreux régime de stimulants fiscaux au pays, les investissements en R-D des entreprises sont plus élevés, en pourcentage du PIB, dans la plupart des autres pays du G-7. La proportion d'entreprises en activité dans le secteur de la fabrication de pointe est également moindre au Canada que dans les autres pays du G-7. Par ailleurs, les entreprises canadiennes, en particulier les petites et moyennes entreprises (PME), mettent plus de temps que les entreprises américaines à adopter les technologies et les procédés de pointe. Cette situation nuit à la performance canadienne au chapitre de la productivité et à sa compétitivité internationale.

Ces dernières années, le Canada a rattrapé en partie ce retard en matière d'innovation. De tous les pays du G-7, il affiche la croissance la plus rapide pour ce qui est de l'effectif affecté à la R-D et du nombre de demandes de brevets déposées à l'étranger. Les dépenses canadiennes en R-D ont par ailleurs augmenté à un rythme impressionnant, occupant le second rang parmi les pays du G-7. Depuis 1981, la croissance de la capacité d'innovation au pays progresse plus rapidement que celle des États-Unis. Toutefois, comme il partait de plus loin au départ par rapport à la plupart des pays du G-7, en particulier les États-Unis, il accuse encore un retard à de nombreux égards.

Les mesures prises par Industrie Canada

Les gains de productivité de demain reposent sur les décisions d'aujourd'hui. Pour combler le retard du pays sur le plan de l'innovation, l'un des cinq objectifs stratégiques d'Industrie Canada consiste à renforcer les éléments qui contribuent à stimuler l'innovation. Le Ministère s'emploie à promouvoir une « culture de l'innovation », à revitaliser l'infrastructure du savoir, à commercialiser les résultats de la recherche et à privilégier le développement durable. Les investissements dans ces domaines amélioreront la qualité de vie des Canadiens, tant dans l'avenir immédiat qu'au cours des 20 prochaines années et au-delà.

Les cinq objectifs stratégiques d'Industrie Canada concourent à améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation. Des structures de marché équitables, efficaces et concurrentielles créent un climat d'affaires propice à l'innovation. L'initiative Un Canada branché vise le progrès technologique qu'elle met à la portée de tous les Canadiens en leur donnant accès à l'information et aux services qui sont au cœur de l'infrastructure de communications du pays. Le commerce ouvre de nouveaux marchés pour l'innovation dans certains créneaux et apporte des idées neuves et des technologies nouvelles au Canada. En ce qui a trait à l'investissement, l'innovation fonctionne dans les deux sens. Une économie novatrice attire l'investissement et l'investissement étranger introduit dans le pays des compétences, de nouvelles techniques de gestion et des idées, de même que des ressources financières.

Biotechnologie

Industrie Canada coordonne la Stratégie canadienne en matière de biotechnologie (SCB) au nom de six autres ministères importants, du Conseil national de recherches du Canada (CNRC) et des conseils subventionnaires qui s'intéressent à la biotechnologie (**http://strategis.gc.ca/scb**). Regroupant des spécialistes qui conseillent les ministres responsables de la SCB, le Comité consultatif canadien de la biotechnologie mène actuellement des consultations publiques portant sur les aliments génétiquement modifiés et le brevetage des formes de vie supérieures (**http://strategis.gc.ca/SSGF/bh00255f.html**).

En collaboration avec d'autres ministères, Industrie Canada élabore différentes initiatives en vue de mettre en œuvre la stratégie intitulée *Les chemins de la croissance : possibilités dans le secteur de la biotechnologie* (**http://strategis.gc.ca/SSGF/bo01604f.html**). Le Ministère a retenu les domaines suivants comme méritant une attention particulière : le financement de la R-D publique et privée; le transfert et la commercialisation de la technologie; le financement et l'accès au capital, principalement à l'intention des PME; le perfectionnement professionnel et les ressources humaines dans les secteurs public et privé; la réglementation de la propriété intellectuelle; ainsi que l'investissement étranger et le commerce international. Le Ministère a également mis au point la passerelle de la biotechnologie, un site Web pour répondre aux questions des entreprises et des consommateurs (**http://strategis.gc.ca/SSGF/bo01376f.html**).

PRINCIPAUX ENGAGEMENTS ET RÉSULTATS ESCOMPTÉS

Amener tous les secteurs de l'économie à reconnaître davantage que l'innovation constitue un facteur de réussite déterminant

Industrie Canada encouragera l'adoption d'une culture de l'innovation dans l'ensemble de la société canadienne. Pour améliorer la productivité du pays à long terme, les organismes canadiens de tous les secteurs de l'économie — milieu de l'éducation, entreprises, consommateurs, organismes à but non lucratif et administrations publiques — doivent comprendre en quoi les pratiques novatrices peuvent améliorer la performance du pays et agir en conséquence.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Nombre d'organismes canadiens n'ont pas encore compris que, dans l'économie du savoir, le développement de produits et de procédés novateurs est la clé du succès sur le marché mondial.	• Entreprendre des recherches sur les principaux facteurs déterminants de l'innovation et de la productivité, y compris les aspects sociaux et environnementaux, et procéder aux analyses connexes. • Perfectionner, en collaboration avec Développement des ressources humaines Canada (DRHC), le contenu sectoriel d'Employeurs en ligne (**http://employeurs.gc.ca**), guichet d'information unique sur les ressources humaines s'adressant aux PME. • Recenser, avec les partenaires du Portefeuille de l'Industrie, les technologies requises pour répondre à la demande des marchés de l'avenir en mettant au point les Cartes routières technologiques (*voir l'encadré à la page suivante*). • Présenter un rapport communiquant les résultats d'une enquête sur l'innovation menée en 1999 auprès des entreprises manufacturières et publier un ouvrage sur l'innovation en collaboration avec Statistique Canada. • Lancer le portail secondaire Innovation au Canada et lui donner de l'ampleur. • Lancer et promouvoir Portaildesaffaires.ca (**http://portaildesaffaires.ca**), site Web conçu pour offrir aux entreprises canadiennes un accès facile à l'information, aux programmes et aux services du gouvernement. • Organiser une conférence d'envergure sur les droits de propriété intellectuelle et l'innovation. • Diriger et favoriser un dialogue avec les provinces et les territoires sur l'innovation et les S-T.

Enrichir les connaissances, en particulier dans les domaines offrant de bonnes possibilités

Au Canada, plus des deux tiers des innovations technologiques proviennent de sources étrangères et, en dépit de montants importants consacrés à l'enseignement public, les données de l'OCDE indiquent que le Canada compte relativement peu de chercheurs. Pour remédier à la situation, le Ministère continuera d'investir dans l'infrastructure canadienne du savoir afin d'encourager et d'appuyer l'avancement des connaissances au pays.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Le Canada fait piètre figure parmi les pays industrialisés en ce qui concerne l'ampleur de la recherche effectuée, en particulier par le secteur privé, celle-ci étant concentrée dans un nombre plutôt restreint d'entreprises.	• Appuyer la stratégie du gouvernement pour faire passer le Canada du 15e au 5e rang des pays membres de l'OCDE au chapitre des dépenses en R-D, en élaborant des plans et des initiatives visant les trois principaux secteurs performants dans ce domaine que sont les milieux industriels, gouvernementaux et universitaires. • Examiner les questions associées aux compétences requises et aux pénuries sur le marché du travail, en mettant l'accent sur le personnel hautement qualifié. • Construire un nouvel établissement de recherche en photonique pour intégrer les activités de recherche du Centre de recherches sur les communications (CRC), des universités et du secteur privé. • Nouer des relations étroites avec les intervenants en S-T en appuyant, entre autres, le Conseil consultatif des sciences et de la technologie et le Conseil d'experts en science et en technologie. • Appuyer, par l'intermédiaire de Partenariat technologique Canada (*voir l'encadré à la page suivante*), les technologies clés extrêmement prometteuses, c'est-à-dire les technologies environnementales et habilitantes ainsi que l'aérospatiale et la défense.

Cartes routières technologiques : la clé pour accroître la compétitivité des entreprises

Grâce à une collaboration accrue, au partage des connaissances et à l'établissement de nouveaux partenariats, Industrie Canada fait office de catalyseur et de facilitateur afin de cerner les technologies requises pour répondre à la demande future du marché.

- Le Ministère a produit huit cartes routières (aéronautique, aluminium, énergie électrique, foresterie, géomatique, bois d'œuvre et produits à valeur ajoutée, moulage et panneaux dérivés du bois).
- Quatre cartes routières sont en cours de réalisation (produits biopharmaceutiques, bâtiments intelligents, imagerie médicale et photonique).
- Quatre cartes routières sont à l'étude (biomasse et biocombustibles, sources d'alimentation pour les piles à combustible, technologies océaniques et nanotechnologie).

Partenariat technologique Canada

Partenariat technologique Canada (PTC), organisme de service spécial d'Industrie Canada, est un fonds d'investissements stratégiques dans la recherche, le développement et l'innovation visant à stimuler l'investissement du secteur privé, tout en préservant et en élargissant l'assise et les capacités technologiques de l'industrie canadienne. De concert avec le secteur privé, PTC investit dans des projets de recherche industrielle et de développement préconcurrentiel à haut risque. Au cours des trois prochains exercices, PTC devrait approuver plus de 60 nouveaux projets, soit un investissement totalisant plus de 600 millions de dollars qui entraînera quelque 2,5 milliards de dollars de dépenses destinés à stimuler l'innovation.

http://ptc.ic.gc.ca

Accélérer la commercialisation et l'adoption de procédés et de produits novateurs par les organismes canadiens

Pour obtenir des retombées optimales des nouveaux procédés et des nouvelles idées, il est essentiel de leur trouver rapidement des applications pratiques. Le gouvernement doit procéder en deux temps pour accélérer la commercialisation et l'adoption de procédés et de produits novateurs. Premièrement, il doit s'assurer que ses propres laboratoires adoptent des pratiques exemplaires en matière de commercialisation et accordent notamment la priorité à la recherche d'applications commerciales à leurs innovations en vue de leur mise en marché. Deuxièmement, il doit veiller à ce que les structures requises pour faciliter la commercialisation soient en place, y compris des initiatives stratégiques, des accords internationaux, un régime fiscal concurrentiel et un financement accessible.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
De façon générale, le Canada tarde davantage que ses concurrents à commercialiser les résultats de la recherche et à adopter des technologies et des procédés nouveaux.	• Élaborer et mettre en œuvre une stratégie pour accélérer le rythme de l'innovation issue des recherches menées par les universités et les collèges canadiens. • Concevoir des stratégies industrielles dans le cadre de la stratégie intitulée *Les chemins de la croissance*. • Donner accès aux PME et aux jeunes entreprises à des laboratoires et à du matériel spécialisé, par l'intermédiaire du Centre d'innovation du CRC. • Tirer parti de la commercialisation de la technologie de la télévision en trois dimensions – qui permet de réduire considérablement la largeur de bande – pour des séquences vidéo stéréoscopiques de qualité supérieure.

Encourager la mise au point et l'application de pratiques et de technologies visant une éco-efficacité accrue au Canada

Cette année, Industrie Canada a pris un nouvel engagement clé qui met l'accent sur les pratiques et les technologies environnementales visant à une éco-efficacité accrue. Ces deux piliers du développement durable font le lien entre les objectifs visés au chapitre de la productivité et de l'innovation, d'une part, et la performance environnementale, d'autre part, pour en tirer des avantages commerciaux, environnementaux et sociaux mesurables (*voir également la section 4A*).

Tous les secteurs de l'économie devront consentir des efforts énergiques et soutenus pour améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation. Stimuler l'innovation peut également favoriser les objectifs de développement durable à long terme. Si l'on veut à la fois augmenter le revenu des Canadiens et améliorer leur qualité de vie globale à long terme, il faut adopter une démarche équilibrée.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
De façon générale, les organismes canadiens accusent un retard par rapport à leurs concurrents étrangers en ce qui a trait à l'adoption de pratiques et de technologies environnementales visant une éco-efficacité accrue, de même qu'au chapitre de la sensibilisation de la population et de la R-D dans ce domaine.	• Faire davantage valoir l'éco-efficacité comme outil de gestion et favoriser la mise au point de technologies environnementales pour stimuler la productivité et l'innovation. • Mieux faire connaître et intégrer le développement durable et les pratiques visant à une éco-efficacité accrue au sein des entreprises, des administrations publiques et des PME canadiennes. • Encourager le développement et la diffusion de technologies de production propres et habilitantes pour les producteurs et les consommateurs canadiens. • Sensibiliser davantage la population aux possibilités, aux coûts et aux avantages associés à la réduction des émissions de gaz à effet de serre.

CONNECTIVITÉ : Faire du Canada le pays le plus branché du monde

L'importance de la connectivité

La connectivité est à la base de l'économie du savoir et de la société d'aujourd'hui. S'assurer que, grâce aux réseaux, tous les Canadiens ont accès au savoir, à l'information et aux débouchés propres à favoriser une économie florissante et une société prospère est au cœur du programme de connectivité. Les Canadiens et les entreprises canadiennes vivent et livrent concurrence dans une économie mondiale où leur réussite dépend du développement, de l'acquisition, de l'utilisation et, d'abord et avant tout, du partage des connaissances grâce aux réseaux.

Les citoyens branchés ont davantage accès aux connaissances qui leur permettent d'acquérir de nouvelles compétences, de se tenir au fait des nouvelles percées technologiques et de se familiariser avec des idées nouvelles, pour ainsi participer de façon novatrice et efficace à la vie économique et sociale.

Les entreprises en réseau sont bien placées pour tirer parti des innovations et des occasions sur les marchés locaux et mondiaux qui accroissent la productivité et la prospérité. Les pays qui jouissent de cet avantage concurrentiel fondé sur le savoir sont en mesure d'offrir des produits et des services uniques sur le marché et d'attirer les investisseurs.

Le défi de la connectivité

La connectivité est une priorité du gouvernement depuis 1995, année où il s'est engagé à « mettre l'infrastructure de l'information et du savoir à la portée de tous les Canadiens, pour faire ainsi du Canada le pays le plus branché du monde ». Toutefois, d'autres pays ont pris conscience de la valeur de la connectivité et redoublent d'efforts pour se hisser au premier rang de l'économie mondiale. La rapidité et l'efficacité avec lesquelles les Canadiens ont accès à l'inforoute et en tirent parti sont de la plus haute importance pour maintenir et intensifier plus rapidement la présence canadienne dans l'économie mondiale.

Groupe de travail national sur les services à large bande

« Le Canada a toujours cherché à relier tous ses citoyens entre eux dans son vaste territoire. Toutes les collectivités du Canada, où qu'elles soient, devraient avoir l'occasion de tirer profit des services Internet à large bande. L'accès aux services haute vitesse à large bande constituera la base de l'amélioration des services, notamment le téléapprentissage et la télésanté, et favorisera le développement économique régional et local. »

— Brian Tobin,
ministre de l'Industrie
Le 11 janvier 2001

Parmi les pays industrialisés, le Canada fait actuellement partie du peloton de tête en matière de connectivité. Il occupe le premier rang parmi les pays du G-7 pour le taux de pénétration de l'ordinateur, du câble et du téléphone dans les foyers. Le Canada a été le premier à brancher toutes ses écoles et bibliothèques à Internet, et il a construit le banc d'essai Internet à large bande entièrement optique le plus rapide du monde. Selon le récent indice de connectivité du Conference Board du Canada (*voir la figure 1*), le Canada occupe toujours la deuxième place, derrière les États-Unis, comme c'était le cas l'an dernier, selon l'indice initial. Les États-Unis, suivis du Canada, dominent au chapitre de l'accessibilité et de l'utilisation des technologies de l'information et des communications (TIC). Parmi les dix pays étudiés, la Finlande offre les prix les plus abordables, et la Suède se classe au premier rang en ce qui concerne la pénétration des TIC (**http://www.conferenceboard.ca**) (en anglais seulement).

Les mesures prises par Industrie Canada

Le Ministère a accompli des progrès extraordinaires dans la poursuite de son objectif visant à faire du Canada le pays le plus branché du monde. À cette fin, il a mis l'accent sur les activités, les programmes et les politiques qui se rapportent aux six volets de l'initiative Un Canada branché – Le Canada en ligne, Les Collectivités ingénieuses, Les gouvernements canadiens en ligne, Brancher le Canada au reste du monde, Le contenu canadien en ligne et Le commerce électronique. Les activités se rattachant à ces volets demeurent pertinentes et continuent à rapprocher le Canada de la réalisation de ses objectifs en matière de

FIGURE 1

Résumé des classements selon l'indice de connectivité pour 2000*

	CLASSEMENT GLOBAL		ACCESSIBILITÉ		PRIX		COUVERTURE		UTILISATION	
Nombre d'indicateurs	33		10		7		9		7	
Facteur de pondération	100 %		20 %		5 %		25 %		50 %	
Pays	RANG	INDICE	RANG	INDICE	RANG	INDICE	RANG	INDICE	RANG	INDICE
États-Unis	1	130	1	204	2	106	2	106,8	1	114
Canada	**2**	**126**	**2**	**186**	**3**	**105**	**3**	**106,6**	**2**	**113**
Suède	3	121	3	181	6	99	1	109	3	105
Finlande	4	117	5	174	1	107	4	104	4	102
Royaume-Uni	5	115	4	180	10	89	7	97	5	100
Australie	6	113	6	168	4	103	6	98	6	99
Allemagne	7	108	7	161	7	98	9	94	7	95
Japon	8	104	9	144	9	95	5	100	8	92
France	9	104	8	156	5	100	10	92	10	89
Italie	10	99	10	130	8	98	8	94	9	90

* Les classements sont fondés sur certains indicateurs, choisis selon la disponibilité de données comparables fiables se rapportant à d'autres pays. Il s'agit d'estimations établies à partir de données de base datant de 6 à 18 mois.

Source : Le Conference Board du Canada, 2001.

connectivité. Toutefois, le programme de connectivité doit évoluer pour maintenir et intensifier plus rapidement la présence canadienne dans l'économie mondiale.

Pour progresser au-delà de la connectivité, les efforts doivent converger vers trois grands domaines : l'infrastructure, l'utilisation et le contenu. Ils doivent être axés sur chacun de ces domaines pour aider le Canada à conserver son assise et garder une longueur d'avance. Il faut renforcer l'infrastructure canadienne au moyen de technologies diverses – à large bande et à haute vitesse, Internet mobile et autres – et continuer d'améliorer les politiques cadres. Afin que tous les Canadiens puissent participer à la société du savoir, les activités doivent également viser à combler le fossé numérique, qu'il soit attribuable à des obstacles géographiques, financiers ou technologiques. En raison du rythme rapide du changement technologique, le Canada doit davantage développer, soutenir et accroître son bassin de main-d'œuvre qualifiée; aider les entreprises canadiennes à tirer parti du commerce électronique, d'Internet et des autres technologies; et accroître le développement d'applications et de contenu canadiens.

Il faut mener une action simultanée dans les trois grands domaines étroitement liés que sont l'infrastructure, l'utilisation et le contenu pour que le pays puisse bénéficier des avantages de l'économie du savoir.

PRINCIPAUX ENGAGEMENTS ET RÉSULTATS ESCOMPTÉS

Infrastructure

Relier les Canadiens entre eux et au reste du monde d'une manière abordable et accessible

Le Canada a maintenant jeté les bases de la connectivité. Toutefois, pour bénéficier des avantages socioéconomiques de la révolution Internet, tous les Canadiens doivent avoir accès à une infrastructure de calibre mondial, et ce, à prix abordable. C'est pourquoi l'une des grandes priorités du Ministère consistera à collaborer avec ses partenaires dans le but de consolider l'infrastructure, par une vitesse et une largeur de bande accrues, pour permettre une interactivité complète et des applications présentant des avantages socioéconomiques – p. ex., la télésanté et le téléapprentissage.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Les Canadiens ne bénéficient pas tous d'un accès universel à prix abordable aux services de télécommunications, à Internet ou aux nouveaux systèmes et services de pointe, ce qui réduit les possibilités économiques et sociales et contribue au fossé numérique. Nombre de régions rurales et éloignées ne disposent pas d'une infrastructure de pointe et pourraient éprouver des difficultés à surmonter les obstacles financiers et technologiques sans l'aide du gouvernement fédéral. Les Canadiens qui ne maîtrisent pas suffisamment le langage numérique risquent de ne pas profiter pleinement de l'économie du savoir.	• Fournir des ordinateurs aux écoles et aux bibliothèques (**http://www.rescol.ca/cfs-ope**) et faciliter leur branchement à Internet (**http://www.rescol.ca**). • Offrir l'accès à Internet à prix abordable aux collectivités rurales et urbaines de toutes les régions du Canada (**http://pac.ic.gc.ca**). • Aider le secteur du bénévolat à accroître sa capacité technologique (**http://www.brancher.gc.ca/fr/230-f.htm**). • Offrir une formation en technologie de l'information aux entreprises et aux personnes âgées par l'intermédiaire du programme Étudiants bien branchés (**http://scp-ebb.com**). • Déterminer la façon d'assurer des connexions Internet haute vitesse par l'intermédiaire du Groupe de travail national sur les services à large bande (**http://largebande.gc.ca**). • Promouvoir le développement de nouveaux services en octroyant de nouvelles largeurs de bandes du spectre des fréquences radioélectriques. • Mener des recherches scientifiques dans les domaines de la théorie des communications, de la propagation des ondes radio et de l'électromagnétique à l'appui de la gestion du spectre. • Conclure des accords transfrontaliers avec les États-Unis pour les systèmes de communication multipoint, les services de communication sans fil et les services de sécurité publique. • Appuyer le Réseau canadien pour l'avancement de la recherche, de l'industrie et de l'enseignement (CANARIE) (**http://www.canarie.ca**). • Défendre les intérêts du Canada en ce qui concerne la gestion mondiale d'Internet (**http://www.icann.com**) (en anglais seulement). • Assurer le leadership à l'échelle internationale, au sein du Groupe de travail du G-8 sur les possibilités du numérique et dans d'autres tribunes, pour aider à combler le fossé numérique. • Participer à l'interconnexion de 20 sites au moyen de fibres noires, afin de mettre en œuvre ou d'expérimenter diverses technologies pour les communications à large bande. • Confier au Laboratoire expérimental de systèmes de communication sans fil et d'interconnexion de réseaux (WISELab) l'essai de nouveaux concepts, prototypes et produits de communication sans fil. • Appuyer des projets pour améliorer l'infrastructure des télécommunications dans le Nord de l'Ontario par l'intermédiaire de l'Initiative fédérale de développement économique dans le Nord de l'Ontario (FedNor) (**http://strategis.gc.ca/SSGF/fn00365f.html**). • Agir en tant qu'autorité scientifique pour le compte de l'Agence spatiale canadienne, dans le cadre d'un accord de contribution conclu par Télésat Canada en vue de développer et de fournir une charge utile multimédia en bande Ka à bord du satellite *Anik F2*. • Appuyer le projet LearnCanada en vue de créer une communauté d'apprentissage virtuel à large bande pour les enseignants canadiens des niveaux primaire et secondaire. • Contribuer à établir des Collectivités ingénieuses de calibre mondial partout au pays (**http://collectivitesingenieuses.ic.gc.ca**). • Offrir aux jeunes Canadiens l'occasion de participer à des stages sur les TIC dans les pays en développement par l'intermédiaire du programme Cyberjeunes Canada International (**http://www.brancher.gc.ca/fr/710-f.htm**).

Utilisation

Créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique

Le Canada vise à être le pays le plus branché du monde et à offrir un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique et pour l'utilisation des TIC. Il faut, à cette fin, créer le contexte approprié et apporter le niveau de soutien nécessaire à l'investissement dans le commerce électronique et les TIC et à leur application rapide dans l'ensemble de l'économie, de manière à optimiser les retombées en matière de compétitivité et de productivité industrielles.

SourceCAN

SourceCAN, réseau d'approvisionnement par Internet, aide les entreprises et les gouvernements du Canada à exploiter tous les avantages du commerce électronique.

- Commerce électronique interentreprises et entreprises-État
- Base de données sur les entreprises canadiennes constamment mise à jour
- Point d'inscription unique donnant accès à plusieurs bases de données du gouvernement
- Jumelage automatisé d'acheteurs du monde entier avec des fournisseurs canadiens
- Point d'accès unique aux marchés publics et privés par voie électronique
- Alliances avec des facilitateurs du cybercommerce au niveau local, national et mondial

http://www.sourcecan.com

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Dans l'élaboration de politiques et la mise au point de procédés, il faut se maintenir à la fine pointe pour relever en temps opportun les défis propres à l'évolution d'Internet et à l'économie du savoir. Les entreprises et les consommateurs doutent encore de la sécurité et de la confidentialité des transactions commerciales électroniques. Il faut continuer de viser l'harmonisation internationale des lois, des politiques et des pratiques qui favorisent la sécurité des transactions et la protection des renseignements personnels. Les entreprises ne sont pas vraiment conscientes des avantages du commerce électronique et les consommateurs tardent à l'adopter pour effectuer leurs transactions. Il y a trop peu de fournisseurs canadiens de solutions, d'applications et de services relatifs au commerce électronique dans Internet pour répondre aux besoins du marché.	• Élaborer des politiques pour l'authentification et la certification des transactions commerciales électroniques. • S'assurer qu'il existe des lois et des politiques canadiennes efficaces pour promouvoir les objectifs de sécurité publique au pays et à l'étranger. • Encourager l'application de normes d'interopérabilité à l'échelle de l'industrie. • Harmoniser la législation sur la protection des renseignements personnels avec celle des provinces et des territoires pour assurer un niveau de protection uniforme. • Veiller à obtenir une reconnaissance mutuelle des régimes canadien et étrangers de protection des renseignements personnels pour assurer aux entreprises canadiennes et étrangères un accès soutenu au marché. • Promouvoir et mettre en œuvre une stratégie concernant la sécurité dans Internet au Canada et à l'étranger. • Offrir aux entreprises une formation sur le commerce électronique et leur fournir des plans détaillés sur le cybercommerce par l'intermédiaire du programme Étudiants bien branchés (**http://scp-ebb.com**). • Fournir des ressources, des trousses, des outils de diagnostic, des analyses et des études ainsi que des renseignements sur le marché et les exportations, et offrir une formation pour faciliter l'adoption du commerce électronique dans les divers secteurs. • Encourager les entreprises canadiennes à devenir des fournisseurs concurrentiels de solutions, d'applications et de services relatifs au commerce électronique. • Offrir aux jeunes des possibilités de stages favorisant l'adoption et l'utilisation du commerce électronique par les PME. • Préparer des produits d'information. • Établir des données de référence sur la croissance du commerce électronique et analyser les répercussions de celui-ci sur l'économie canadienne. • Élaborer et diffuser, en collaboration avec les ministères provinciaux et territoriaux responsables de la consommation et l'Association canadienne des fournisseurs Internet, une fiche de conseils aux consommateurs pour les aider à faire leurs achats en toute sécurité dans Internet.

Contenu

Maximiser les applications et le contenu numérique canadiens en ligne

Le contenu entraîne la demande. Les internautes se procurent l'information, les services et les produits là où ils sont facilement accessibles et fiables. Internet est un média idéal pour renseigner les Canadiens et le reste du monde sur le Canada, sa population et sa culture, ses capacités et ses réalisations, son histoire et les aspirations de son peuple. Il est impératif de disposer d'un riche contenu canadien dans tous les secteurs de l'économie et de la société, y compris en ce qui a trait à la culture, au commerce, aux sciences, à l'éducation et au gouvernement.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Il faut accroître la quantité et améliorer la qualité des applications, des collections, de l'information et des services multimédias se rapportant au Canada et aux Canadiens. L'un des principaux défis consiste à offrir davantage de contenu communautaire, de contenu en français et de possibilités d'apprentissage en ligne. À l'heure actuelle, la production de contenu en ligne au Canada ne répond pas aux besoins intérieurs en matière de produits et de services d'information. Les entreprises de services Internet au pays risquent fort d'accuser un retard par rapport à la concurrence étrangère. Il y a de nouvelles occasions à saisir pour favoriser davantage le perfectionnement des compétences et la réalisation d'expériences multimédias dans toutes les régions et toutes les collectivités canadiennes.	• Recruter des jeunes pour produire de nouvelles collections numériques dans le cadre du programme Collections numérisées du Canada (**http://collections.ic.gc.ca**). • Appuyer l'initiative de Patrimoine canadien relative à la Stratégie canadienne du contenu culturel numérique. • Coprésider avec Patrimoine canadien le groupe de travail interministériel sur les nouveaux médias. • Élaborer des politiques pour faciliter sur le plan technique l'introduction rapide et la mise en œuvre efficace de la télévision et de la radio audionumériques. • Appuyer CANARIE dans ses efforts pour stimuler les nouveaux secteurs, notamment dans le domaine des applications de pointe relatives au contenu et aux médias. • Renforcer le service en ligne actuel en tirant parti des capacités multimédias à large bande de *Strategis*. • Sensibiliser davantage les collectivités francophones à l'importance du contenu en français de *Strategis* pour stimuler l'utilisation d'Internet et la production de contenu local. • Effectuer des essais pilotes dans trois secteurs pour repérer les sites mis au point en collaboration avec des partenaires externes qui sont les plus susceptibles d'accroître le contenu en français dans Internet. • Montrer aux entreprises canadiennes – de matériel et de logiciels ou qui exploitent des bases de données – qui formeront des partenariats en vue du développement de systèmes de radiodiffusion multimédia, la capacité de la radiodiffusion audionumérique pour la réception de données par les usagers mobiles.

Offrir en ligne, de façon intégrée, davantage de services gouvernementaux clés et d'information aux entreprises et aux consommateurs

Dans le discours du Trône de février 2001, le gouvernement s'est engagé à tout mettre en œuvre pour offrir ses services en ligne d'ici 2004, afin de rapprocher davantage les citoyens canadiens.

Les gouvernements canadiens en ligne est une initiative pangouvernementale qui améliorera le service à la clientèle et l'efficacité de l'administration publique tout en favorisant l'introduction et l'utilisation du commerce électronique au sein de l'économie canadienne. Lorsque les services gouvernementaux en ligne auront atteint une masse critique, les entreprises et les citoyens seront plus nombreux à se brancher à Internet et à l'utiliser. Les entreprises qui fournissent à l'État des produits et services dans le domaine du commerce électronique seront les mieux placées pour réaliser des ventes au Canada et à l'étranger.

Industrie Canada continuera de travailler en étroite collaboration avec ses partenaires pour élargir la gamme de services et de renseignements gouvernementaux offerts en ligne, de manière intégrée, aux entreprises et aux consommateurs canadiens.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Les renseignements et les services clés du gouvernement ne sont pas tous accessibles en ligne. Il faut améliorer l'accessibilité et la convivialité des services et des renseignements actuellement offerts en ligne. Il faut mieux coordonner et relier les services et l'information entre les divers paliers de gouvernement (fédéral, provincial, territorial et municipal).	• Continuer d'offrir en ligne davantage de services clés d'Industrie Canada. • Diriger le développement et la gestion des portails destinés aux entreprises et aux consommateurs : Portaildesaffaires.ca (**http://portaildesaffaires.ca**), Innovation au Canada (**http://www.ic.gc.ca/scdt/innovation/interface2.nsf/frndoc/0.html**), Système d'aide au démarrage d'une entreprise (**http://sade.rcsec.org**), Sources de financement (**http://strategis.gc.ca/sources**), *ExportSource* (**http://exportsource.ca**) et Passerelle d'information pour le consommateur canadien (**http://www.infoconsommation.ca**). • Appuyer l'Initiative d'accessibilité du Web du World Wide Web Consortium. • Définir des normes de gestion de l'information et en promouvoir l'application. • Élaborer une approche détaillée pour offrir les programmes de subventions et de contributions en ligne.

MARCHÉ : Créer un marché équitable, efficace et concurrentiel

L'importance du marché

Un marché équitable, efficace et concurrentiel est la pierre angulaire d'une économie saine et dynamique. En établissant les règles du marché, en favorisant une concurrence vigoureuse et en fournissant aux entreprises et aux consommateurs des renseignements exacts, actuels et de premier plan, le Canada en retire aussi des avantages, car il encourage ainsi l'innovation, l'investissement, les dépenses de consommation, la croissance de l'emploi et la productivité.

Dans l'économie du savoir, une structure de régie des entreprises saine et concurrentielle constitue un préalable pour attirer l'investissement, encourager l'innovation et stimuler le commerce et l'économie. Entre autres, un cadre efficace de protection de la propriété intellectuelle favorise l'innovation et la croissance. La mise en place d'un régime de propriété intellectuelle moderne et concurrentiel à l'échelle mondiale est également essentielle à la création d'un climat d'affaires propice à l'innovation et à la R-D au Canada.

Des lois modernes et d'avant-garde régissant les sociétés contribuent à réduire les coûts des entreprises canadiennes et offrent une structure à la fois solide et souple qui leur permet de prendre des décisions et protège les parties intéressées.

En outre, l'harmonisation dans certains secteurs – par exemple, en ce qui a trait à l'utilisation du spectre et à la normalisation des instruments de mesure – est considérée comme un élément fondamental à la mise en place de l'infrastructure nécessaire aux entreprises pour devancer la concurrence sur les marchés mondiaux, puisqu'elles pourront ainsi proposer leur matériel et leurs services dans d'autres pays.

De plus, la gestion du spectre et des télécommunications contribue à faciliter le développement et l'utilisation d'une infrastructure de communications, de technologies et de services de calibre mondial, dans le but exprès de parvenir à un juste équilibre entre la compétitivité du Canada, la croissance économique au pays et la qualité de vie de tous les Canadiens.

Le défi du marché

Avec la mondialisation, les frontières économiques s'estompent de plus en plus. Des pays du monde entier deviennent plus concurrentiels, investissent et commercent sur des marchés auxquels il était autrefois difficile d'accéder. Grâce à Internet, les Canadiens deviennent des consommateurs mondiaux, mieux informés et plus exigeants. Les entreprises qui cherchent à bénéficier d'avantages stratégiques et concurrentiels regardent au-delà des frontières nationales pour réaliser leur plein potentiel.

L'un des défis que doit relever Industrie Canada consiste à promouvoir le commerce, l'investissement, l'innovation et la connectivité tout en s'assurant que le marché national est équitable, efficace et concurrentiel. Que les Canadiens fassent des affaires au pays ou à l'étranger, par Internet, en personne ou par d'autres moyens, l'infrastructure nationale doit inspirer confiance, à la fois aux Canadiens et aux étrangers.

Organismes de services axés sur le marché

- Bureau de la concurrence
- Bureau de la consommation
- Bureau du surintendant des faillites Canada
- Direction générale des corporations
- Mesures Canada
- Office de la propriété intellectuelle du Canada
- Régie d'entreprise
- Spectre, technologies de l'information et télécommunications

Les mesures prises par Industrie Canada

Les organismes de services axés sur le marché saisissent les occasions découlant du virage vers la mondialisation, des percées technologiques ainsi que du fait que les entreprises et les consommateurs sont mieux informés et plus exigeants. Ils modernisent de façon proactive les règles du marché, les services offerts aux clients ainsi que les outils servant à déceler, à prévenir et à décourager les comportements frauduleux, inéquitables ou trompeurs.

De concert avec leurs partenaires, les organismes de services axés sur le marché d'Industrie Canada ont adopté une approche stratégique pour évaluer le marché. Ils examinent continuellement les lois, les règlements, les politiques, les pratiques et les services qui relèvent de leur compétence pour s'assurer du fonctionnement équitable, efficace et concurrentiel du marché, afin qu'il soit de calibre mondial, aujourd'hui comme à l'avenir. Grâce à l'engagement des partenaires et des parties intéressées, les travaux visant à apporter des changements dans les domaines cernés se poursuivront afin que le marché inspire confiance aux Canadiens, que les entreprises puissent tirer profit du potentiel de la technologie, de l'innovation et de la concurrence et que les consommateurs aient accès aux connaissances et aux outils dont ils ont besoin pour prendre des décisions éclairées.

Puisque les entreprises canadiennes doivent soutenir la concurrence internationale, des efforts sont consentis pour que les lois et les règlements ne défavorisent pas les entreprises, les consommateurs et les investisseurs. L'examen et l'analyse comparative systématiques des structures, des services et des produits permettent de veiller à ce que ceux-ci demeurent à l'avant-garde et contribuent à la vitalité de l'économie canadienne.

PRINCIPAUX ENGAGEMENTS ET RÉSULTATS ESCOMPTÉS

Établir des structures de marché équitables, efficaces et concurrentielles de calibre mondial répondant aux besoins des entreprises, des consommateurs et des investisseurs

Pour que le marché réponde aux besoins, attire l'investissement et encourage des dépenses de consommation judicieuses, ses structures doivent favoriser la concurrence par les prix, le choix de produits, la diffusion de renseignements exacts et opportuns ainsi que la communication d'information aux intervenants du marché.

Ces structures doivent également réduire le fardeau réglementaire, inspirer confiance et fournir des stimulants à l'innovation. Il faut que les consommateurs, les entreprises et les investisseurs les considèrent comme étant non seulement de calibre mondial, mais aussi adaptées à l'évolution du climat économique.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Les structures de marché doivent être renouvelées en fonction et en prévision de l'évolution de la technologie et des arrangements commerciaux, de la réforme de la réglementation, de la mondialisation croissante et de l'évolution de la conjoncture sociale. • Il faut moderniser les lois et les règlements relatifs à l'administration des droits de propriété intellectuelle. • Des modifications doivent être apportées à la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* et à la *Loi canadienne sur les coopératives*, afin d'offrir aux sociétés par actions et aux coopératives une structure de gestion efficace. • La durée des brevets au Canada (pour certains brevets datant d'avant 1989) est incompatible avec les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce. • Il faut évaluer la *Loi sur les brevets* en tenant compte de la biotechnologie. • Le Ministère doit réviser le cadre de la politique sur le droit d'auteur, afin d'offrir un niveau de protection approprié et équilibré dans l'environnement réseau. (*suite à la page suivante*)	• Consulter les clients et les parties intéressées au sujet du cadre, des politiques et des procédures canadiennes régissant la propriété intellectuelle et promouvoir l'harmonisation des régimes internationaux en vue d'y apporter des améliorations générales en 2003-2004. • Présenter à nouveau un projet de loi destiné à modifier la *Loi canadienne sur les sociétés par actions* et la *Loi canadienne sur les coopératives*. • Proposer des modifications à la *Loi sur les brevets*, pour donner suite à une décision rendue le 12 octobre 2000 par l'Organisation mondiale du commerce (OMC), selon laquelle la durée de la protection conférée par certains brevets canadiens datant d'avant 1989 est incompatible avec les obligations commerciales du Canada, et pour porter la durée de tous les brevets à 20 ans à partir de la date de leur dépôt. • Élaborer un cadre de propriété intellectuelle pour les innovations biotechnologiques et aider le Comité consultatif canadien de la biotechnologie à examiner les aspects économiques, juridiques et stratégiques du brevetage des formes de vie supérieures. • Consulter les Canadiens sur les questions concernant l'utilisation en ligne de matériel protégé par le droit d'auteur, ce qui pourrait entraîner la modification de la *Loi sur le droit d'auteur*. (*suite à la page suivante*)

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
• Il doit veiller à ce que les lois et les règlements qui régissent la concurrence au Canada restent parmi les meilleurs et les plus modernes du monde. • Industrie Canada doit harmoniser les normes régissant l'étiquetage d'entretien des textiles. • Des codes volontaires s'imposent pour protéger et promouvoir l'intérêt des consommateurs et compléter le cadre législatif. • Il faut adapter rapidement le cadre législatif, afin de tenir compte des nouvelles technologies et de l'évolution des pratiques commerciales en matière de mesures et d'aider les Canadiens à soutenir la concurrence sur la scène internationale. • Le manque d'harmonisation avec les autres pays quant à l'utilisation de bandes du spectre pour certains services nuit à la souplesse et à l'efficacité de différents produits et services axés sur le marché. • En 2002, la *Loi sur la faillite et l'insolvabilité* et la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies* doivent faire l'objet d'un examen parlementaire dans le cadre duquel on se penchera sur leur administration et leur fonctionnement.	• Consulter les parties intéressées en vue de modifier la *Loi sur la concurrence*. • Examiner les règlements relatifs aux lois sur l'étiquetage qu'il faut harmoniser en vertu de l'ALENA de manière à ce qu'ils soient conviviaux, harmonisés, économiques et fondés sur des normes. • Évaluer la conformité de l'industrie des services financiers au Code de pratique canadien des services de cartes de débit (achèvement prévu de l'évaluation : automne 2001) et déterminer les mises à jour qui s'imposent (**http://strategis.gc.ca/SSGF/ca01581f.html**). • Établir des exigences techniques s'inspirant des normes internationales qui régissent les mesures (**http://mc.ic.gc.ca**). • Mener des négociations internationales en vue d'harmoniser l'utilisation du spectre pour certains services (p. ex., la téléphonie cellulaire de troisième génération). • Mener une consultation concernant la *Loi sur la faillite et l'insolvabilité* et la *Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies*.

S'assurer que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres

La déréglementation, l'expansion des secteurs et la complexité croissante des transactions conclues sur le marché obligent le Ministère à examiner continuellement les pratiques, les connaissances, les services et les interventions. Il ne suffit pas d'établir les règles qui régissent le marché. En formant des partenariats et en menant des consultations, le Ministère assure la conformité à ces règles grâce à un vaste ensemble d'activités : sensibilisation de la population, soutien actif de la conformité volontaire, promotion de la modification des comportements et de l'adoption de pratiques responsables, et application directe des règles pour prévenir et décourager les comportements anticoncurrentiels, frauduleux, inéquitables et trompeurs.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Les nouveaux types de conduite sur le marché, qui découlent des changements technologiques, des innovations en affaires et de l'évolution du contexte juridique, obligent à modifier de façon novatrice le fonctionnement de la structure du marché. • Il faut répondre à la demande croissante de services en matière de propriété intellectuelle, aborder les questions associées à l'harmonisation et tenir compte de la rapidité des changements technologiques. • On doit réagir plus rapidement et plus efficacement aux fusions transnationales et faire échec aux comportements anticoncurrentiels dans les nouvelles industries et tribunes (p. ex., le marché électronique). • Par suite de l'accroissement de la demande de services et de l'expansion des secteurs qui utilisent des mesures, la protection contre les pertes économiques attribuables à des mesures inexactes laisse à désirer. • Dans le nouveau cybermarché, les clients exigent des services en ligne plus rapides associés à la constitution en société. • Comme les agents économiques, les modes de fonctionnement et la réglementation évoluent rapidement dans le marché actuel, les consommateurs peuvent difficilement savoir comment s'y prendre et à qui s'adresser en matière de recours contre les commerçants ou pour se renseigner sur les programmes et services gouvernementaux. *(suite à la page suivante)*	• Mettre en œuvre des plans de réduction des brevets et des marques de commerce et intégrer la restructuration de processus administratifs à la prestation de services électroniques. • Enrichir les connaissances sur les nouvelles industries et les questions de concurrence et mettre au point des outils, des politiques et des procédures pour faire échec aux comportements anticoncurrentiels, sensibiliser davantage la population et favoriser l'adoption d'un comportement responsable sur le marché (**http://strategis.gc.ca/SSGF/ct01768f.html**). • En collaboration avec les parties intéressées, déterminer le niveau d'intervention nécessaire pour assurer la mesure exacte des biens et services dans le secteur de l'électricité et le secteur pétrolier d'aval, enquêter en cas d'inexactitude présumée dans les mesures et accroître de 15 p. 100 le taux de participation du secteur privé à la prestation des services gouvernementaux (**http://mc.ic.gc.ca**). • Continuer de répondre aux besoins des entreprises en améliorant les services électroniques et l'accès aux services de constitution en société de régime fédéral. • Promouvoir la mise au point et l'utilisation de méthodes axées sur le marché qui aideront les entreprises à répondre aux besoins des consommateurs en matière de redressement (**http://strategis.gc.ca/SSGF/ca00864f.html**). *(suite à la page suivante)*

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
• L'analyse du rendement des syndics révèle que les cas de non-conformité concernent le plus souvent l'administration des comptes bancaires en fidéicommis, la documentation des mesures prises pour réaliser les actifs et la rapidité de la distribution des dividendes aux créanciers. • Il faut constamment disposer de moyens efficaces d'avant-garde pour s'assurer que le marché des télécommunications fonctionne conformément aux règles, aux règlements et aux conditions des licences d'utilisation du spectre. • Il est nécessaire d'examiner les instruments axés sur le marché qui favorisent une participation dynamique du secteur privé, tant du côté de l'offre que de la demande d'investissements dans le domaine de l'environnement.	• Réduire le nombre de cas de non-conformité des syndics. • Élaborer et utiliser des méthodes et des technologies d'avant-garde pour vérifier la conformité des utilisateurs du spectre, de manière à favoriser un recours accru à l'autoréglementation et la conformité de ces utilisateurs. • Évaluer l'incidence, à l'échelle sectorielle, de la politique concernant l'échange de droits d'émissions intérieures et d'autres politiques en matière de réglementation environnementale sur la compétitivité de l'industrie. • Aligner les ressources canadiennes en matière de fréquences du spectre et de satellites en fonction du marché nord-américain et étranger pour obtenir de plus grandes économies d'échelle et une meilleure efficacité dans l'offre de produits et services sans fil. • Élaborer des politiques publiques et offrir de nouvelles bandes de fréquences, afin de permettre l'attribution de licences pour un éventail de nouveaux services sans fil s'adressant aux Canadiens. • Promouvoir auprès des ministères et organismes de réglementation fédéraux, provinciaux et territoriaux l'utilisation de normes et de mécanismes d'évaluation de la conformité. • Diriger les activités de l'administration fédérale à l'appui de la mise en œuvre de la Stratégie canadienne de normalisation, élaborée par le Conseil canadien des normes.

Renforcer la confiance dans le marché

La confiance dans le marché est essentielle pour attirer l'investissement, favoriser l'innovation et instaurer un climat propice à l'information des consommateurs. En raison de la rapidité des changements technologiques, les entreprises, les innovateurs et les consommateurs doivent être informés et avoir accès à des outils conviviaux et de pointe pour prospérer dans l'économie du savoir. Les citoyens doivent avoir rapidement accès à l'information sur la propriété intellectuelle, à la constitution en société de régime fédéral et aux mécanismes de recours pour que le Canada continue de jouer un rôle de premier plan dans l'économie mondiale.

Passerelle d'information pour le consommateur canadien

En partenariat avec plus de 35 ministères et organismes fédéraux, le Bureau de la consommation a mis au point la Passerelle d'information pour le consommateur canadien. Ce portail en ligne offre un point d'accès unique aux renseignements sur les programmes et services fédéraux qui intéressent les consommateurs. La Passerelle facilite la recherche d'information sur les questions, les programmes et les services touchant à la consommation, et l'utilisateur n'a pas à savoir d'avance quel est l'organisme ou le programme responsable. Pour le prochain exercice, l'objectif est d'intégrer à la Passerelle les programmes et les services offerts par les administrations provinciales et territoriales ainsi que par les ONG qui défendent les intérêts du consommateur.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Il y a des lacunes à combler en matière de renseignements, de services ainsi que de mécanismes de traitement des plaintes et de recours transparents, équitables, conviviaux et accessibles, en fonction et en prévision de la diversité et des exigences des intervenants et de la complexité croissante du marché. • Il faut encourager l'invention, l'innovation et la créativité au Canada en améliorant l'accès aux produits d'information et aux services relatifs à la propriété intellectuelle et en cherchant à mieux les faire connaître et à favoriser leur utilisation. *(suite à la page suivante)*	• En collaboration avec les principaux intéressés, réorienter les services régionaux actuels de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC), afin que l'accent porte davantage sur la sensibilisation et la formation des groupes partenaires relativement aux produits d'information et aux services en matière de propriété intellectuelle et pour promouvoir l'utilisation des ressources en ligne. • Accroître la quantité et améliorer la qualité des produits et services relatifs à la propriété intellectuelle offerts en ligne aux clients. *(suite à la page suivante)*

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
• Selon l'opinion publique, la *Loi sur la concurrence* n'est pas assez musclée en ce qui concerne les pratiques d'établissement des prix, en particulier dans des secteurs tels que les lignes aériennes, l'essence et les produits d'alimentation. De plus, le public comprend mal la politique d'application de la loi dans les cas d'abus de position dominante (article 79). • Les avantages liés à la constitution en société de régime fédéral sont mal compris, en particulier parmi les PME. • Une plus faible présence sur le marché en raison de la croissance des secteurs commerciaux faisant appel à des mesures et l'accroissement de la demande de services ont miné la confiance dans l'exactitude des mesures utilisées dans le commerce. • Le consommateur doit être mieux renseigné sur la présence d'ingrédients génétiquement modifiés dans les produits alimentaires. • Les consommateurs sont réticents à faire des achats en ligne (commerce électronique), car ils éprouvent des inquiétudes quant à la fiabilité et à l'intégrité des cybercommerçants et craignent que la protection des renseignements personnels, la sécurité, les mécanismes de recours et les services soient insuffisants. • Au cours d'une consultation menée récemment auprès de la clientèle, les créanciers ont fait part de leurs préoccupations, affirmant qu'à leur avis le niveau de conformité des débiteurs et le manque de diligence des syndics dans la réalisation des actifs entament leur confiance dans le système établi en matière de faillite et d'insolvabilité. • Il faut aider les utilisateurs à maîtriser leur environnement Internet en ce qui a trait au contenu légal qui peut se révéler offensant. La sensibilisation des consommateurs aux initiatives en place pose également problème.	• Réviser les lignes directrices concernant l'application des dispositions sur l'établissement des prix en tenant compte du courant de pensée économique actuel et réduire l'effet paralysant des bas prix sur les entreprises. • Établir des lignes directrices à l'égard des règlements adoptés le 23 août 2000 sur les agissements anticoncurrentiels des transporteurs aériens (**http://strategis.gc.ca/SSGF/ct01756f.html**). • Veiller à ce que les services de constitution en société et les renseignements connexes offerts en ligne soient aussi utiles et conviviaux que possible pour que les entreprises bénéficient des avantages de la constitution en société de régime fédéral. • Sensibiliser les entreprises et les consommateurs à leurs droits et responsabilités concernant la mesure exacte des biens et services. • Conseiller le Comité des normes de l'Office des normes générales du Canada et participer à l'élaboration d'une norme d'étiquetage volontaire pour préciser si les aliments sont issus ou non d'une modification génétique (**http://w3.tpsgc.gc.ca/cgsb/032_025/index_f.html**). • En partenariat avec des associations de gens d'affaires et des groupes de consommateurs, élaborer à l'intention des cybercommerçants un code de pratique qui s'inspire des Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique, représentant les intérêts de plusieurs parties intéressées (**http://strategis.gc.ca/SSGF/ca01180f.html**). • Élaborer une nouvelle stratégie en matière de conformité des débiteurs et veiller à ce que les syndics ferment les dossiers rapidement et étayent plus solidement les mesures prises pour recenser, évaluer et réaliser les actifs. • Élaborer des stratégies permettant aux utilisateurs de maîtriser davantage leur environnement Internet. • Promouvoir des méthodes efficaces en matière d'autoréglementation et de pratiques loyales en affaires dans l'industrie des fournisseurs de services Internet. • Réviser les conditions s'appliquant à l'attribution des licences d'utilisation du spectre pour améliorer la transférabilité des licences et en prolonger la durée.

INVESTISSEMENT : Promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement intérieur et étranger

L'importance de l'investissement

L'investissement et la formation de capital sont essentiels pour stimuler la croissance économique, l'innovation et le développement durable au pays. De plus, en raison de son économie ouverte et de la disponibilité limitée d'épargne intérieure, le Canada dépend relativement plus de l'investissement étranger direct (IED) que la plupart des autres pays développés pour stimuler l'essor des entreprises et la création d'emplois qui en découle. En plus de favoriser directement la création d'emplois, l'IED peut contribuer à accroître la productivité canadienne grâce au transfert de nouvelles technologies, au perfectionnement des compétences en gestion et en marketing, à la promotion du développement durable et à un plus grand accès aux marchés. Selon une estimation d'Industrie Canada, un emploi sur dix au pays dépend directement de l'IED, et chaque tranche supplémentaire d'un milliard de dollars d'IED se traduit par la création de 45 000 emplois et une augmentation du PIB de 4,5 milliards sur une période de cinq ans.

L'investissement dans le secteur canadien des petites entreprises revêt une importance primordiale pour l'économie, notamment au chapitre de la création d'emplois. Des études réalisées par Statistique Canada indiquent que, ces dernières années, entre 70 et 80 p. 100 de la création nette d'emplois au pays est attribuable à ce secteur.

Le défi de l'investissement

L'assise économique du Canada et ses avantages relatifs sur le plan des coûts créent un climat d'affaires très favorable. Des éléments tels que l'excédent budgétaire global du gouvernement, le faible taux d'inflation et les taux d'intérêt peu élevés, la situation géographique du pays et l'ALENA (qui facilitent l'accès au pays le plus prospère du monde) ainsi que la disponibilité d'une main-d'œuvre qualifiée font du Canada un lieu de prédilection pour l'investissement. Toutefois, dans les années 90, l'IED au Canada ne représentait que 13 p. 100 de la formation de capital des entreprises. Bien que la valeur cumulative de l'IED au pays ait augmenté de 83 p. 100 entre 1990 et 1999 pour atteindre 240 milliards de dollars canadiens, la part canadienne de l'IED dans les pays signataires de l'ALENA a chuté, passant d'environ 24 p. 100 en 1985 à 12 p. 100 en 1999. L'évaluation des risques inacceptables effectuée par les investisseurs étrangers ainsi que les obstacles réglementaires réels et perçus mettent un frein à l'investissement des multinationales et au réinvestissement des entreprises au Canada. L'investissement insuffisant des PME canadiennes, y compris les entreprises autochtones, présente un défi supplémentaire.

Les investissements des entreprises canadiennes pour consolider leurs activités contribuent grandement par ailleurs à l'amélioration de la productivité et à la croissance économique. Or, comparativement aux autres pays, le Canada affiche un faible taux d'investissement intérieur par rapport à son PIB, en particulier dans les biens d'équipement, ce qui explique en partie sa faible performance sur le plan de la productivité. D'après une estimation d'Industrie Canada fondée sur des données de Statistique Canada et de l'OCDE, l'investissement canadien dans les biens d'équipement par rapport au PIB a été inférieur de 20 p. 100 à la moyenne des pays de l'OCDE au cours de la période allant de 1980 à 1997.

Les mesures prises par Industrie Canada

La responsabilité de relever le défi de l'investissement au Canada incombe à la fois aux secteurs public et privé. Chaque palier de gouvernement au pays a donc un rôle important à jouer. Pour relever ce défi, Industrie Canada s'inspire de la stratégie d'investissement fédérale de 1996, qui propose un cadre général pour toutes les activités fédérales de promotion de l'investissement (y compris le maintien de l'IED au pays). Cette stratégie a pris de l'ampleur avec la création de Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC), plaque tournante des activités fédérales en la matière. Cette initiative conjointe d'Industrie Canada et du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) a pour objet d'organiser et de coordonner diverses campagnes ciblées sur les multinationales des secteurs prioritaires et les principaux marchés étrangers pour stimuler les investissements. PIC vise par ailleurs à faire connaître et à positionner le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement et intervient dans les dossiers stratégiques et réglementaires ayant une incidence sur l'investissement.

Les principaux facteurs qui attirent l'investissement sont caractéristiques d'une économie productive et dynamique : une structure de marché saine, l'esprit d'innovation, une main-d'œuvre hautement qualifiée, des secteurs ayant un potentiel de croissance élevé et des relations harmonieuses avec les partenaires commerciaux. À cet égard, les autres objectifs stratégiques d'Industrie Canada sont des éléments cruciaux, mais indirects, de la stratégie d'investissement.

Les efforts déployés à l'échelle du gouvernement ne sont pas vains. Ainsi, selon l'indice de confiance bien connu du cabinet d'experts-conseils en gestion A.T. Kearney de Chicago concernant l'IED, le Canada s'est hissé à ce chapitre aux 12e et 13e rangs respectivement en 1999 et en 2000 parmi les pays les plus appréciés, alors qu'il occupait le 17e rang en 1998.

Secteurs d'investissement prioritaires

Les secteurs d'investissement prioritaires retenus par Industrie Canada sont :

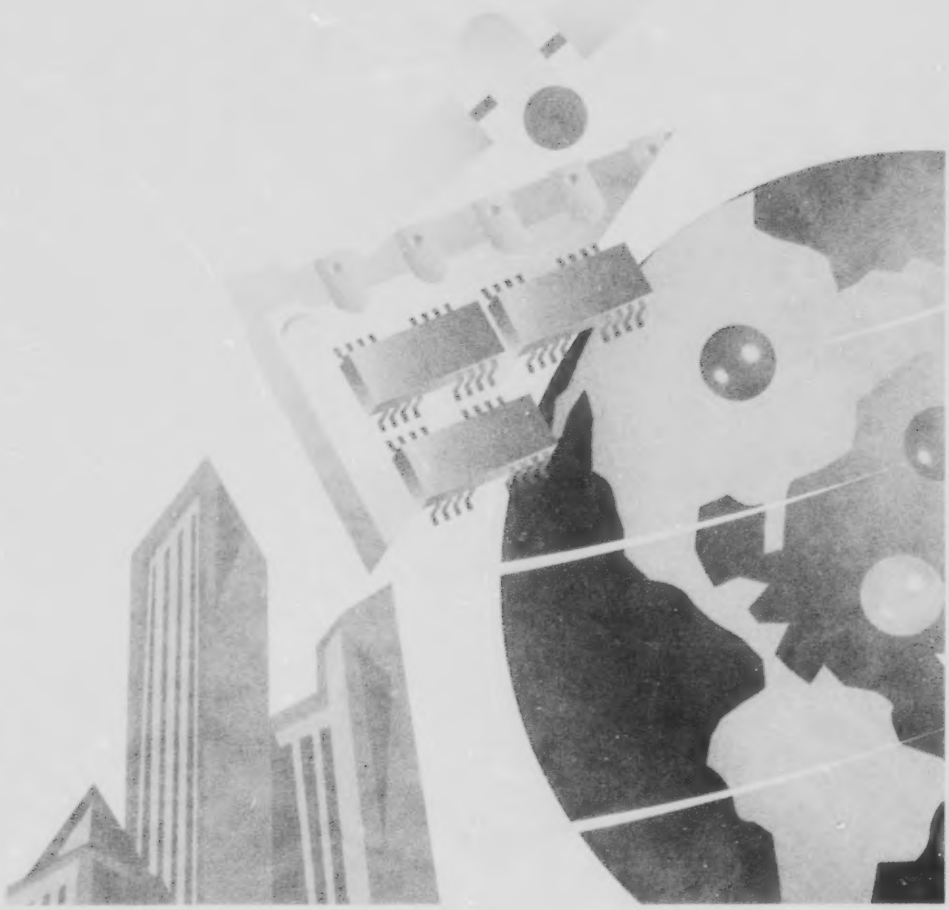
- les technologies de l'information et des communications;
- les sciences de la vie (biotechnologie, instruments médicaux et produits pharmaceutiques);
- l'aérospatiale et la défense;
- l'industrie automobile;
- les produits chimiques et pétrochimiques.

Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) et Ressources naturelles Canada (RNCan) sont les principaux partenaires sectoriels.

PRINCIPAUX ENGAGEMENTS ET RÉSULTATS ESCOMPTÉS

Améliorer le climat d'investissement intérieur et étranger

Dans ses efforts pour maintenir et accroître sa part de l'IED, le Canada fait face à une vive concurrence mondiale pour attirer les investissements internationaux stratégiques, notamment la concurrence accrue que se livrent les sociétés affiliées aux multinationales pour obtenir des mandats de production et de recherche. Le large éventail de généreux stimulants offerts aux investisseurs par les gouvernements des pays qui se font concurrence, tout particulièrement plusieurs États et municipalités des États-Unis, ajoute à la difficulté d'obtenir l'IED. Ainsi, l'un des plus grands défis consiste à accroître l'IED au Canada, notamment celui destiné aux pays signataires de l'ALENA, et ce dans un contexte caractérisé par la mondialisation, une plus grande mobilité des capitaux et de la technologie et l'instabilité des marchés financiers.



Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Il faut éliminer les obstacles réglementaires réels et perçus à l'investissement étranger et intérieur (p. ex., concernant l'environnement, le marché, l'immigration, la fiscalité et la propriété intellectuelle) sans porter atteinte à l'intégrité de l'intention de la réglementation. Il faut mieux connaître et mieux comprendre les principaux obstacles à l'investissement. Il faut établir des partenariats stratégiques plus solides et plus nombreux pour améliorer le climat d'investissement.	• Surveiller et recenser les obstacles à l'investissement à la lumière des commentaires provenant des missions ministérielles, du Programme de jumelage des sous-ministres avec les pays investisseurs prioritaires et d'autres prises de contact avec les entreprises, et mettre constamment à jour une liste de ces obstacles. • Défendre les intérêts du Canada dans les différends qui l'opposent à ses partenaires commerciaux pour maintenir un cadre stratégique équilibré. • Mener des travaux de recherche et d'analyse, en collaboration avec les organismes partenaires, sur les questions associées au climat d'investissement. • Préconiser des moyens pour franchir les obstacles, entre autres en matière d'harmonisation de la réglementation, de formalités frontalières harmonisées et d'un meilleur accès à une main-d'œuvre qualifiée grâce aux améliorations apportées au Programme des travailleurs étrangers temporaires. • Mener des consultations auprès des parties intéressées au pays et faciliter la conclusion d'ententes bilatérales (p. ex., les Accords de protection des investissements étrangers – APIE) et régionales (p. ex., l'Accord de libre-échange des Amériques – ALEA) en matière d'investissement international. • Négocier des ententes relatives à l'investissement international garantissant l'accès au marché et protégeant les investissements à l'étranger. • Élaborer un cadre à appliquer à l'échelle sectorielle, afin de cerner les différences entre les pratiques réglementaires en vigueur au Canada et celles des autres partenaires de l'ALENA et d'évaluer leur incidence sur les décisions d'investissement au Canada. • Mettre en œuvre, en partenariat avec les clients et d'autres intervenants du secteur public et des ONG, les Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales. • Examiner l'investissement étranger en vertu de la *Loi sur l'investissement au Canada*. • Examiner les éléments qui favorisent les dépenses d'investissement et le premier appel public à l'épargne des entreprises canadiennes et étrangères au pays. • Étudier l'incidence de l'investissement de capitaux sur la productivité et la croissance économique au Canada. • Déterminer l'incidence du Protocole de Kyoto sur la production, l'emploi, le commerce et les coûts aux niveaux macroéconomique, régional et sectoriel. • Promouvoir les partenariats d'investissement stratégique, de concert avec la Fédération canadienne des municipalités et d'autres parties intéressées, afin de faire davantage appel aux Partenariats entre les secteurs public et privé dans le cadre du programme Infrastructure Canada.

Campagne d'image de marque du Canada

La Campagne d'image de marque du Canada est une initiative fédérale interministérielle, dirigée par Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC), afin d'accroître la part canadienne de l'IED en modernisant l'image du pays à l'étranger, en le présentant comme le lieu de prédilection pour l'investissement. Le début de la campagne a été marqué par deux projets pilotes visant certaines régions et certains secteurs dans les régions de Dallas et de Boston. Ceux-ci devraient prendre fin au printemps 2002. Les méthodes mises au point et utilisées au cours des deux projets pilotes serviront de tremplin à l'organisation d'autres campagnes de renforcement de l'image de marque dans d'autres pays et marchés.

Positionner le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement

Il incombe à Industrie Canada, en particulier à PIC, de sensibiliser les investisseurs au fait que le pays représente un endroit de choix en matière d'investissement et de gagner leur confiance afin d'inciter les entreprises à y investir et à y créer des emplois. Pour y parvenir, il faut moderniser et renforcer l'image de marque du Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement auprès des investisseurs étrangers. À cette fin, la Campagne d'image de marque du Canada constitue l'une des principales initiatives fédérales (*voir l'encadré ci-dessus*). Dans le dernier discours du Trône, le gouvernement s'engage à mieux faire connaître les avantages de l'investissement au Canada et à promouvoir partout dans le monde une image de marque fondée sur l'excellence canadienne.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Le Canada n'est pas automatiquement présent dans l'esprit de nombreux investisseurs; peu sensibilisées, les entreprises ne l'envisagent pas suffisamment comme lieu favorable aux investissements. Les partenaires et d'autres parties intéressées fournissent peu de données comparatives utiles sur les possibilités d'investissement au pays. Ils ne cherchent pas de façon soutenue à promouvoir les messages fondamentaux.	• Mettre au point une image de marque afin que le Canada occupe une place stratégique dans l'esprit des investisseurs éventuels. • Mettre à jour et en œuvre les stratégies de marketing et de communication. • Mener à bien un projet pilote à Dallas et un à Boston dans le cadre de la Campagne d'image de marque du Canada. Les principaux résultats des deux projets pilotes serviront de point de départ pour un programme d'envergure nationale visant à améliorer l'image de marque du Canada. • Améliorer et mettre à jour les produits d'information et les outils de marketing et de communication en ligne sur l'investissement, comme le site Web Investir au Canada (**http://investiraucanada.gc.ca**). • Produire annuellement une carte de pointage économique comparant le Canada avec les États-Unis et les autres pays du G-7. • Communiquer aux entreprises ciblées l'information concernant les points forts des établissements de recherche canadiens.

Attirer de nouveaux investissements des multinationales, tout en les incitant à maintenir leurs investissements actuels

Cet engagement clé est largement tributaire des décisions d'investissement prises par les entreprises étrangères et canadiennes. Pour atteindre les investisseurs potentiels, il faut être en mesure de recueillir des renseignements commerciaux stratégiques de façon systématique et coordonnée à l'intention des investisseurs potentiels sérieux. Il faut également miser sur des partenariats plus solides et une meilleure coordination de l'investissement entre les intervenants, notamment le secteur public, les ONG et le secteur privé. Les directions générales chargées des différents secteurs de l'industrie, de concert avec PIC, coordonnent des campagnes ciblées pour attirer, conserver et accroître les investissements des multinationales au pays. En collaboration avec les ambassades à l'étranger, elles offrent un point d'accès unique répondant aux besoins d'investissement de multinationales ciblées et d'autres investisseurs potentiels à l'étranger. Le Programme de jumelage des sous-ministres avec les pays investisseurs prioritaires est au nombre des initiatives visant à cerner les possibilités et les investissements potentiels, tout en faisant valoir le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement auprès des multinationales ciblées. Les efforts portent surtout sur les possibilités d'investissement dans les secteurs prioritaires et sur les marchés ciblés d'Asie (Japon, Taïwan, Singapour, Corée du Sud et Hong Kong), l'Europe (Royaume-Uni, Irlande, France, Pays-Bas, Allemagne, Autriche et Suède) et diverses régions des États-Unis. Mentionnons enfin que le discours du Trône accorde la priorité au lancement de missions d'Équipe Canada Investissement aux États-Unis et en Europe.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Il faut que les entreprises étrangères qui dominent dans les secteurs clés investissent davantage au Canada. Les multinationales en activité au Canada doivent être incitées à y réinvestir. Il faut acquérir une capacité systématique et bien coordonnée pour recueillir des renseignements commerciaux stratégiques et cohérents à l'intention d'éventuels investisseurs sérieux. Il y a lieu d'établir des partenariats plus solides et de mieux coordonner les efforts relatifs à l'investissement des parties intéressées, y compris le secteur public (aux paliers fédéral, provincial, territorial et municipal), les ONG (p. ex., les universités et les établissements de recherche) et le secteur privé.	• Élaborer un cadre stratégique pour examiner les priorités, les secteurs et les marchés actuels en matière d'investissement ainsi que la répartition des efforts et des ressources. • Élaborer, tenir à jour et faire connaître une stratégie permanente sur l'investissement et une liste des multinationales ciblées. • Organiser et coordonner des campagnes de promotion de l'investissement dirigées par les sous-ministres et d'autres hauts fonctionnaires fédéraux, ciblant les marchés, les secteurs et les entreprises qui offrent de grandes possibilités d'investissement. • Organiser et coordonner des programmes et des initiatives pour les missions d'investisseurs provenant de pays étrangers. • Répondre aux demandes relatives à l'investissement provenant d'investisseurs canadiens et étrangers, en consultation avec les organismes partenaires, et fournir des services de soutien analytique sur l'investissement aux ambassades et aux missions canadiennes à l'étranger. • Fournir des renseignements sur les secteurs et les entreprises, proposer des stratégies sectorielles et gérer de grands projets dans les secteurs à forte possibilité de croissance. • Mener des études consacrées à l'incidence de l'IED sur l'économie canadienne, y compris l'examen des conséquences et des implications de la mondialisation sur les activités des entreprises au Canada. • Établir un mécanisme pour mesurer le rendement des activités du Ministère, de PIC et des partenaires fédéraux pour stimuler les investissements. • Offrir une formation continue sur la gestion des relations avec les entreprises et communiquer des renseignements commerciaux pour offrir des services de qualité aux organismes publics et privés en matière d'investissement.

Accroître l'investissement des PME et des entreprises autochtones

Un élément clé de la stratégie d'investissement fédérale de 1996 consiste à aider un plus grand nombre de PME canadiennes à former des partenariats d'investissement international susceptibles de favoriser leur essor au pays et sur un nombre croissant de marchés. La capacité du Ministère à communiquer rapidement l'information, à élaborer des politiques et à offrir des services aux clients, notamment les multinationales, les investisseurs étrangers, les PME canadiennes et les groupes cibles tels que les Autochtones et les collectivités rurales, est tout aussi importante pour assurer la réussite de la stratégie d'investissement.

Sur la scène intérieure, en raison du risque perçu, le loyer de l'argent est beaucoup plus élevé pour les petites entreprises qui empruntent des fonds d'investissement que pour les grandes entreprises. Selon des enquêtes réalisées par la Fédération canadienne de l'entreprise indépendante, l'écart entre les taux d'intérêt s'est accentué au cours des dix dernières années, freinant ainsi l'investissement des PME. Le défi consiste à encourager l'investissement des Canadiens au Canada en améliorant l'accès aux capitaux d'investissement.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Il faut améliorer la capacité des collectivités de stimuler l'investissement des PME et des groupes cibles, en particulier dans le Nord et les régions rurales de l'Ontario et parmi les Autochtones. La capacité des entreprises est insuffisante, notamment en matière de marketing et de promotion. L'accès au capital des PME et des entreprises autochtones est inadéquat. Il y a peu de capital de risque disponible.	• Réunir les entrepreneurs et les petites entreprises dans le cadre d'une série de conférences et de foires-info pour la petite entreprise, afin de les aider à lancer leur petite entreprise et à prendre de l'expansion (**http://strategis.gc.ca/sc_mangb/fairs/frndoc/homepage.html** et **http://strategis.gc.ca/sc_mangb/smeguide**). • Repérer les PME canadiennes prêtes à former des partenariats et les renseigner sur les occasions d'affaires à l'étranger et les personnes-ressources. • Terminer la première étape de la refonte des statistiques canadiennes sur le financement de la petite entreprise et présenter au Parlement les résultats des premières enquêtes complètes sur les fournisseurs et les utilisateurs de produits financiers. Mener des études spéciales sur l'expérience des petites entreprises à la recherche de financement et le comportement des investisseurs providentiels dans la petite entreprise. • Mettre la dernière main au règlement requis en vue du lancement, en avril 2002, du nouveau volet de la *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada* consacré aux contrats de location-acquisition. • Accroître l'accès au capital et à l'investissement privé des entreprises du Nord de l'Ontario et des régions rurales du Sud, en particulier des entreprises appartenant à des femmes, à des jeunes, à des francophones et à des Autochtones, par l'intermédiaire de FedNor et des Sociétés d'aide au développement des collectivités. • Obtenir davantage de capitaux d'investissement pour favoriser le développement des entreprises autochtones, en vertu du volet d'accès au capital de l'Initiative de développement des entreprises autochtones. • Accorder une assurance-prêt, aux termes de la *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada*, pour quelque 16 000 prêts consentis aux petites entreprises par les institutions financières, totalisant des investissements d'environ 1,8 milliard de dollars, et des garanties pouvant atteindre 500 millions par an pour les contrats de location-acquisition. • Continuer d'appuyer les 24 sites d'accès du Réseau des services aux entreprises autochtones en Ontario, dans les Territoires du Nord-Ouest, au Nunavut et au Yukon, où le Canada est le principal responsable de la mise en œuvre. • Appuyer le gouvernement dans son engagement envers Partenariat rural canadien pour sensibiliser la clientèle et aider les intervenants et les associations en milieu rural. • Créer un site Web canadien complet pour aider les établissements de micro-crédit (généralement des prêts commerciaux inférieurs à 25 000 $) à faire la promotion de leurs services auprès des petites entreprises. • Participer à l'examen du mandat de la Banque de développement du Canada, qui sera déposé au Parlement (d'ici juillet 2001).

COMMERCE : Travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux

L'importance du commerce

Aucune grande économie n'est davantage axée sur le commerce que le Canada. Plus de 43 p. 100 du PIB du pays découle du commerce international, soit une proportion plus élevée que dans tout autre pays du G-7. Un emploi sur trois est tributaire du commerce.

À l'instar de l'accroissement des exportations canadiennes, la proportion de celles qui sont destinées aux États-Unis a augmenté et représente maintenant quelque 85 p. 100 du tout. Il est important de consolider la position canadienne non seulement sur le marché américain, mais aussi sur les marchés d'outre-mer, et de diversifier globalement la gamme de produits offerts. En plus de stimuler l'emploi au pays, la croissance des exportations canadiennes joue un rôle majeur en favorisant la création d'emplois très rémunérateurs à forte concentration de savoir — les emplois de l'avenir.

Le défi du commerce

La Stratégie de promotion du commerce international adoptée par le gouvernement fédéral a pour objet d'aider les entreprises canadiennes à tirer parti des occasions d'affaires internationales tout en atténuant les risques dans une économie mondiale en évolution rapide. Le but ultime consiste à offrir aux Canadiens un niveau d'emploi élevé, des salaires élevés et un meilleur niveau de vie. À cette fin, le gouvernement fédéral a établi les quatre objectifs suivants pour ses programmes et services de promotion du commerce international :

- faire du Canada le chef de file mondial du commerce en améliorant sa compétitivité internationale;
- faire du Canada le lieu de prédilection pour l'investissement en Amérique du Nord;
- créer des emplois et stimuler la croissance économique au Canada;
- jouer un rôle de premier plan dans la libéralisation du commerce mondial pour assurer l'adoption d'un cadre commercial équitable fondé sur des règles.

Partenaires d'Équipe Canada inc

- Affaires étrangères et Commerce international Canada
- Affaires indiennes et du Nord Canada
- Agence canadienne de développement international
- Agence de promotion économique du Canada atlantique
- Agence des douanes et du revenu du Canada
- Agriculture et Agroalimentaire Canada
- Banque de développement du Canada
- Conseil national de recherches Canada
- Conseil national des produits agricoles
- Corporation commerciale canadienne
- Développement des ressources humaines Canada
- Développement économique Canada pour les régions du Québec
- Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
- Environnement Canada
- Industrie Canada
- Patrimoine canadien
- Pêches et Océans Canada
- Ressources naturelles Canada
- Société canadienne d'hypothèques et de logement
- Société pour l'expansion des exportations
- Statistique Canada
- Transports Canada
- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada

Partenariat canadien visant la promotion du commerce, Équipe Canada inc regroupe maintenant 23 ministères et organismes fédéraux, Industrie Canada étant au nombre de ses membres fondateurs. En collaboration avec les provinces et territoires, Équipe Canada inc fournit un point d'accès unique aux programmes et services fédéraux axés sur la promotion du commerce international.

Les mesures prises par Industrie Canada

Industrie Canada est particulièrement bien placé pour travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux. Dans le rôle qu'il est appelé à jouer pour stimuler le commerce, le Ministère soutient les entreprises canadiennes en favorisant l'innovation et en attirant d'autres investissements et les aide à devenir plus productives et concurrentielles dans l'économie du savoir. Les secteurs concurrentiels de la nouvelle économie sont ainsi en mesure de soutenir la concurrence pour conquérir des marchés au pays et à l'étranger.

PRINCIPAUX ENGAGEMENTS ET RÉSULTATS ESCOMPTÉS

Maintenir et améliorer l'accès aux marchés

Dans leurs efforts pour soutenir la concurrence internationale, les entreprises recherchent un environnement commercial prévisible et ouvert. Le gouvernement du Canada s'est engagé à assurer un meilleur accès aux marchés ainsi que la modernisation des activités frontalières communes. De concert avec le MAECI, Industrie Canada a un rôle important à jouer par ses activités de collaboration multilatérale et bilatérale avec les partenaires étrangers du Canada pour éliminer les obstacles éventuels, favoriser l'adoption de normes reconnues d'un commun accord et défendre les intérêts canadiens à l'étranger. Au pays, le Ministère travaille en étroite collaboration avec les gouvernements provinciaux et territoriaux pour éliminer les entraves au commerce intérieur.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Les entreprises canadiennes se heurtent à des obstacles au commerce sur les marchés étrangers. Les restrictions sur le marché intérieur empêchent les entreprises d'atteindre la masse critique nécessaire pour conquérir les marchés internationaux et défavorisent les entreprises canadiennes sur leur propre marché par rapport à leurs concurrents. L'harmonisation des normes, des politiques et des règlements comporte diverses lacunes. L'Accord sur le commerce intérieur fait abstraction de plusieurs obstacles et de différents secteurs, notamment celui de l'énergie.	• Promouvoir et défendre les intérêts du Canada dans le domaine du commerce sur une base multilatérale et bilatérale ainsi que dans le cadre des ententes commerciales régionales (p. ex., OMC, Costa Rica et Amérique centrale). • Résoudre les différends qui opposent le Canada et ses partenaires commerciaux tout en continuant de poursuivre les objectifs visés en matière de politique canadienne (**http://strategis.gc.ca/SSGF/bi18509f.html**). • Appuyer le développement durable en négociant des ententes environnementales internationales et en suivant de près leur mise en œuvre. • Faire mieux comprendre le lien entre les enjeux commerciaux, sociaux et environnementaux. • Élaborer une approche intégrée pour les prochaines négociations sur les services menées dans le cadre de l'OMC en vue de s'assurer que l'on répond aux besoins des fournisseurs de services de télécommunications et de commerce électronique (**http://services2000.ic.gc.ca**). • Mener des négociations sectorielles en vue de conclure des ententes de reconnaissance mutuelle et des protocoles d'entente pour ouvrir les portes aux entreprises canadiennes. • Ajouter un chapitre sur l'énergie à l'Accord sur le commerce intérieur et trouver des mécanismes permettant de réaliser des progrès en vue d'éliminer les obstacles que l'Accord ne vise pas actuellement.

Améliorer la capacité d'exportation et le degré de préparation des exportateurs

Les entreprises qui exportent avec succès contribuent grandement au dynamisme de l'économie. D'après les études, les entreprises exportatrices sont plus rentables que les autres et offrent à leurs employés une rémunération plus élevée. Malgré cela, le nombre d'entreprises canadiennes qui exportent est limité. Près de 50 p. 100 des exportations canadiennes sont attribuables aux 50 entreprises exportatrices les plus importantes. Il est possible d'accroître le nombre d'exportateurs et d'améliorer la performance des entreprises canadiennes sur les marchés étrangers.

Les exportateurs canadiens se heurtent à plusieurs difficultés. Des études ont montré que près de 50 p. 100 des entreprises qui exercent des activités sur les marchés internationaux le font dans les deux ans suivant leur création. Elles en sont alors à leurs premières armes non seulement dans le monde des affaires, mais aussi sur les marchés d'exportation, et disposent souvent de ressources humaines et financières fort limitées. En raison de la proximité des États-Unis et des similitudes entre les deux pays sur le plan linguistique et culturel, nombre de nouveaux exportateurs canadiens s'intéressent aux possibilités d'exportation sur le marché américain, mais d'autres optent pour des marchés plus éloignés. Ces nouveaux exportateurs se posent bien des questions fondamentales sur les mécanismes permettant d'exporter leurs

produits et de les acheminer à l'étranger. En outre, nombre d'entre eux ne tardent pas à passer du marché américain à d'autres marchés étrangers et, pour certains types de produits, les explorent dès le début.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Les exportateurs potentiels ne sont pas toujours conscients des avantages liés à l'exportation ou encore ne connaissent pas toujours les pratiques et les mécanismes en matière d'exportation. Les plus petites entreprises, notamment dans les industries à forte concentration de savoir, éprouvent des difficultés à trouver de l'aide lorsqu'elles tentent de prendre de l'expansion sur les marchés internationaux.	• Mieux comprendre les défis économiques que doit relever le Canada et les occasions à saisir dans le contexte de l'espace économique commun aux trois pays nord-américains. • Mettre au point de nouveaux produits et services répondant aux besoins des nouveaux exportateurs. • Continuer à appuyer les activités d'*ExportSource* d'Équipe Canada inc (**http://exportsource.ca**) et la ligne de renseignements téléphoniques sans frais (1 888 811-1119) offerte par le réseau des Centres de services aux entreprises du Canada. • Coordonner les initiatives et les services destinés aux exportateurs sous-représentés, par l'entremise du Comité de développement du commerce autochtone international.

Centres de commerce international

Grâce à ses dix Centres de commerce international (CCI) et à ses deux bureaux auxiliaires situés dans toutes les régions du pays, Industrie Canada est particulièrement bien placé pour travailler en étroite collaboration avec les exportateurs canadiens, notamment les PME, afin de les aider à se préparer à exporter et d'améliorer leur capacité d'assurer une présence soutenue sur les marchés étrangers. Les CCI disposent d'excellents réseaux dans les régions et continueront de collaborer avec les Réseaux commerciaux régionaux, qui regroupent les pouvoirs publics provinciaux, régionaux et locaux, les chambres de commerce, les ONG et les associations du secteur privé, pour répondre aux besoins particuliers des entreprises dans chaque région (*voir aussi la section 6.7*).

Développer les marchés étrangers

Les exportateurs canadiens d'expérience qui s'efforcent d'accroître et de diversifier leurs marchés ont besoin d'information, notamment de renseignements commerciaux, sur les marchés étrangers pour prendre des décisions d'affaires éclairées et saisir les occasions. En outre, des entreprises canadiennes sont maintenant bien établies dans la nouvelle économie, notamment dans les industries des télécommunications et des nouveaux médias, de la biotechnologie, de la fabrication de pointe et des nouvelles technologies environnementales. Étant donné la demande mondiale croissante de produits de ce genre à forte valeur ajoutée, il faut mettre en valeur les points forts du Canada et le faire connaître comme un chef de file dans le domaine de la haute technologie.

Équipes sectorielles commerciales Canada

Les Équipes sectorielles commerciales Canada assurent des services aux entreprises canadiennes. Entre autres, elles organisent des missions commerciales et des salons professionnels pour promouvoir les capacités canadiennes, communiquent aux entreprises canadiennes les coordonnées de personnes-ressources à l'étranger et leur transmettent des informations et des renseignements commerciaux sur les marchés cibles et les occasions d'affaires.

Ces équipes commerciales nationales regroupent les secteurs public et privé pour planifier et mettre en œuvre les activités commerciales dans plusieurs secteurs industriels clés :

- Aérospatiale et défense
- Automobile
- Bio-industries
- Bois et autres matériaux de construction
- Industries de la santé
- Industries de services et grands projets
- Industries environnementales
- Matériel et services d'énergie électrique
- Plastiques
- Technologies de l'information et des communications.

http://ttcs.ic.gc.ca

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Un plus grand nombre d'entreprises canadiennes doivent prendre conscience des débouchés à l'étranger et passer rapidement à l'action pour les saisir. Elles ont besoin : • d'obtenir des informations, notamment des renseignements commerciaux, sur les marchés et les possibilités de débouchés à l'étranger qui peuvent les aider à prendre des décisions d'affaires éclairées, à avoir accès à de nouveaux marchés et à accroître leurs ventes à l'exportation; • de disposer de personnes-ressources et de réseaux facilitant l'accès aux marchés étrangers; • de comprendre les approches novatrices qu'elles peuvent employer pour développer leurs activités internationales.	• Fournir des informations en ligne, notamment des renseignements commerciaux, sur les marchés et d'autres services commerciaux (comme les foires commerciales virtuelles et la base de données sur les activités internationales) (**http://strategis.gc.ca**). • Terminer le lancement de SourceCAN, base de données en ligne sur les capacités des entreprises canadiennes, qui permet de jumeler automatiquement les demandes d'approvisionnement et les soumissions (**http://www.sourcecan.com**). • Établir des partenariats avec le secteur privé et les ONG dans le cadre de l'Initiative sur les villes durables pour trouver des solutions intégrées aux problèmes complexes causés par l'urbanisation rapide dans les pays émergents et en développement. • Positionner le Canada et faire connaître les entreprises canadiennes aux clients étrangers en organisant la présence canadienne aux principales foires commerciales d'envergure mondiale. • Promouvoir les coentreprises, les partenariats et les alliances entre les entreprises canadiennes et étrangères. • Donner suite à la proposition d'établir un institut financier canadien de développement afin de fournir un financement pour les premières étapes de la réalisation de projets dans les économies émergentes. • Promouvoir les capacités canadiennes par la formation technique et réglementaire ainsi que par la formation en gestion des décideurs étrangers. • Trouver et jumeler de façon stratégique les pistes commerciales sur les débouchés à l'étranger et les faire connaître aux entreprises canadiennes par l'entremise du Centre des occasions d'affaires internationales (COAI), le centre de repérage des débouchés à l'exportation d'Équipe Canada inc. Le COAI offre des services personnalisés de repérage et de jumelage, de même que des services de repérage électronique, tels que E-Leads® (**http://www.iboc.gc.ca/menu-f.asp**).

Stimuler de façon plus coordonnée et concertée l'expansion du commerce international

Le Ministère travaille en collaboration avec un vaste réseau formé des membres d'Équipe Canada inc pour assurer la prestation intégrée de programmes et services aux exportateurs canadiens.

Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	Activités
Le Ministère doit intégrer davantage ses programmes de promotion du commerce, améliorer la coordination et l'intégration des activités avec ses partenaires par l'intermédiaire d'Équipe Canada inc et mieux faire connaître et commercialiser les services offerts par les partenaires de l'Équipe.	• Appuyer Équipe Canada inc. • Appuyer les Réseaux commerciaux régionaux en leur offrant des outils, une formation et des produits nouveaux.

C. Apport d'Industrie Canada à l'initiative *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes*

L'initiative *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes* fournit un cadre de gestion au gouvernement du Canada. On y définit un programme de gestion du changement à moyen terme qui met l'accent sur six grandes initiatives. Les paragraphes qui suivent mettent en lumière l'apport d'Industrie Canada au programme de gestion du changement.

Prestation de services axée sur les citoyens

Pour réaliser le programme établi en vertu de l'initiative *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes*, les ministères doivent axer leurs efforts sur la satisfaction de la clientèle (par l'Initiative d'amélioration du service), un meilleur accès pour les citoyens (par Service Canada) et la modernisation de la prestation de services (par Les gouvernements canadiens en ligne). Pour la deuxième étape de l'Initiative d'amélioration du service, chaque ministère responsable doit :

- établir des objectifs annuels en vue d'améliorer la satisfaction de la clientèle;
- adopter des plans d'amélioration du service fondés sur les priorités de la clientèle;
- prendre des mesures concrètes à l'égard des principales priorités de la clientèle;
- rendre compte de son rendement par rapport aux normes de service;
- rendre compte de la satisfaction de la clientèle par rapport aux données de référence.

Au cours du prochain exercice, les activités du Ministère se rapportant à l'Initiative d'amélioration du service seront centrées sur les domaines où il assure un service direct à la population canadienne. Industrie Canada réexaminera les normes de service établies ces dernières années et assurera un suivi systématique. Après une série d'évaluations indépendantes selon les

critères d'excellence du prix canadien de la qualité, Industrie Canada mettra la dernière main aux plans d'amélioration du service, après quoi il assurera leur mise en œuvre au cours des trois prochains exercices. Enfin, le Ministère déterminera les données de référence en matière de satisfaction de la clientèle et en assurera le suivi pour différents services clés :

- services de recherche de noms sur l'insolvabilité du Bureau du surintendant des faillites;
- site Web de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada;
- programme de contributions de FedNor;
- programme de contributions d'Entreprise autochtone Canada;
- service en ligne de constitution en société de la Direction générale des corporations;
- portail Internet *ExportSource* (**http://exportsource.ca**) s'adressant aux entreprises qui exportent activement ou qui espèrent le faire;
- attribution de licences pour les bandes de fréquences du spectre relatives aux services radio terrestres fixes et mobiles;
- activités de sensibilisation des Centres de commerce international.

Industrie Canada établira des objectifs annuels pour chacun de ces services et évaluera annuellement le degré de satisfaction de la clientèle par rapport à ces objectifs. Il étendra à d'autres sphères d'activité du Ministère les efforts déployés dans le cadre de l'Initiative d'amélioration du service.

Réseau des Centres de services aux entreprises du Canada

Le réseau des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC) propose aux PME bien établies et aux nouveaux entrepreneurs des renseignements commerciaux et un service d'aiguillage axés sur les clients. L'Agence de promotion économique du Canada atlantique, Diversification de l'économie de l'Ouest Canada, Développement économique Canada pour les régions du Québec et Industrie Canada (pour l'Ontario, le Yukon, les Territoires du Nord-Ouest et le Nunavut) assument la gestion des CSEC.

Pour coordonner les activités des CSEC dans le contexte du vaste programme de gestion du changement mis en œuvre en vertu de l'initiative *Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes*, les Centres travaillent en collaboration avec Service Canada à l'établissement de liens directs entre les réseaux de prestation en personne et par téléphone.

En outre, les CSEC fournissent un précieux apport au site Web Portaildesaffaires.ca (**http://portaildesaffaires.ca**), qui a été élaboré dans le cadre de l'initiative Les gouvernements canadiens en ligne. Plus précisément, ils participent au Système d'aide au démarrage d'une entreprise, aux Programmes de A à Z (base de données complète sur les programmes et services) et aux Outils d'affaires tels que le Plan d'affaires interactif. Le *Rapport annuel 1999-2000* (**http://www.rcsec.org/rapport_annuel**) donne une vue d'ensemble détaillée des réalisations et du rendement des CSEC.

Les gouvernements canadiens en ligne

Mesures prises par le gouvernement pour améliorer la gestion de ses programmes afin d'assurer de meilleurs services aux Canadiens

L'un des principaux objectifs de l'initiative Les gouvernements canadiens en ligne consiste à promouvoir la prestation intégrée de services aux Canadiens, structurée selon les besoins de la clientèle et transcendant les frontières entre les ministères. Industrie Canada a dirigé la création de plusieurs sites regroupant divers partenaires et destinés aux entreprises et aux consommateurs : Portaildesaffaires.ca (**http://portaildesaffaires.ca**), Innovation au Canada (**http://www.ic.gc.ca/scdt/innovation/interface2.nsf/frndoc/0.html**), Sources de financement (**http://strategis.gc.ca/sources**), *ExportSource* (**http://exportsource.ca**), Système d'aide au démarrage d'une entreprise (**http://sade.rcsec.org**) et Passerelle d'information pour le consommateur canadien (**http://www.infoconsommation.ca**). De plus, *Strategis* a été complètement remanié pour que les clients aient accès à des renseignements et à des services complets. La conception et l'amélioration de tous ces sites tient compte des priorités et des besoins qui ressortent des commentaires détaillés formulés par les clients.

Déploiement des services ministériels de transactions en ligne

L'objectif établi dans le discours du Trône consiste à offrir, d'ici 2004 et par voie électronique, tous les services importants, mais Industrie Canada espère y parvenir d'ici 2003 compte tenu de l'importance de l'initiative Les gouvernements canadiens en ligne pour l'adoption du commerce électronique dans tous les secteurs économiques. Dans cette optique, 22 services clés d'Industrie Canada s'adressant aux entreprises, aux consommateurs, aux collectivités et aux étudiants sont ciblés.

L'an dernier, Industrie Canada a atteint l'objectif visé pour le Volet 1, en offrant l'accès en ligne aux renseignements et aux formulaires à l'échelle du Ministère. La prochaine étape consiste à permettre les transactions en ligne. Pour l'instant, trois services respectent pleinement les exigences du Volet 2, soit le dépôt de documents pour Investissement Canada, le Système d'enregistrement des lobbyistes du Bureau du conseiller en éthique et le Système informatisé pour la recherche de dénominations sociales et de marques de commerce (NUANS).

Le Ministère offre en ligne d'autres services clés, auxquels s'ajouteront différents éléments d'ici 2003 — portails et portails secondaires pour les entreprises, site Web et produits des CSEC, recherche en matière de faillites, constitution en société de régime fédéral, enregistrement des marques de commerce, des brevets, des droits d'auteur et des dessins industriels (Office de la propriété intellectuelle du Canada), gestion du spectre de fréquences radioélectriques, Investir au Canada, numéros d'identification CA et avis consultatifs (Bureau de la concurrence), et d'autres organismes, comme la Direction générale des applications de l'autoroute de l'information et le Bureau de la consommation. Ces services clés seront offerts dans *Strategis*.

Fonction moderne de contrôleur

Industrie Canada s'est joint à 14 autres ministères pour le projet pilote de modernisation de la fonction de contrôleur. Le Ministère évaluera la modernisation de ses pratiques de gestion afin d'établir des données de référence. À la lumière des résultats obtenus, il élaborera un plan d'action pour combler les lacunes ou améliorer les capacités dans certains domaines. En outre, la mise en œuvre de la Stratégie d'information financière dotera le Ministère de bases solides pour faire progresser son programme de modernisation de la gestion. Pendant l'exercice à venir, Industrie Canada déterminera la façon de tirer le meilleur parti de cette richesse d'information pour améliorer la prise de décisions au sein du Ministère. Il s'agit notamment de trouver les moyens de mieux préparer les gestionnaires financiers à exploiter pleinement cette information intégrée et accessible depuis peu et de déterminer le type de rapports qui répond le mieux à leurs besoins pour ce qui est de mesurer les résultats.

Amélioration des rapports au Parlement

L'amélioration des rapports au Parlement a pour objet de communiquer aux députés et aux sénateurs une information de première qualité sur les plans et les réalisations du gouvernement du Canada. Elle vise non seulement à améliorer les documents relatifs à la gestion des dépenses présentés au Parlement, notamment les rapports sur les plans et les priorités ainsi que les rapports ministériels sur le rendement, mais aussi à mettre davantage l'accent sur les résultats et l'information sur le rendement. En outre, l'amélioration des rapports au Parlement aide les Canadiens à mieux comprendre et à façonner la politique publique.

Dans le but d'améliorer les rapports qu'il présente au Parlement, Industrie Canada a adopté une approche de gestion axée sur les résultats pour que ses clients, les intervenants, les bénéficiaires, les députés, les sénateurs et le grand public comprennent bien en quoi le Ministère constitue pour les Canadiens un partenaire indispensable. Cette approche assure également que les décisions de gestion reposent le plus souvent sur des renseignements relatifs au rendement, dans lesquels on fait une distinction entre les points forts et les faiblesses des programmes et on donne des indications sur ce qui fonctionne et ne fonctionne pas, ce qui favorise par ricochet une culture de l'apprentissage et de l'amélioration continus.

Le présent rapport est fondé sur un cadre de rendement ministériel qui montre comment les programmes et activités d'Industrie Canada concourent à la réalisation de ses objectifs stratégiques et, en bout de ligne, au programme d'action du gouvernement. En élaborant le cadre de rendement, le Ministère a tenu compte du fait qu'il ne peut exercer qu'une influence indirecte sur certains éléments de l'économie et que quantité d'autres facteurs déterminent l'ampleur de l'innovation, des échanges commerciaux et de l'investissement, le degré de connectivité au Canada et les comportements sur le marché en général. En revanche, Industrie Canada exerce une influence plus directe sur les parties concernées avec lesquelles il traite et peut influer sur certains éléments qui déterminent le comportement sur le marché. C'est d'ailleurs pourquoi les principaux engagements et résultats prévus se rapportant à chacun des objectifs stratégiques (*voir la section 3B*) mettent en évidence les défis et les problèmes ou « lacunes » sur lesquels le Ministère concentrera ses efforts pendant la période de planification. En menant à bien les activités correspondantes, Industrie Canada vise à combler ces lacunes et à respecter par le fait même ses principaux engagements.

Le Ministère reconnaît qu'il est possible d'améliorer la planification et la présentation de son rendement en faisant davantage ressortir les résultats de ses activités. Il concentre maintenant ses efforts sur l'élaboration d'une stratégie ministérielle de mesure du rendement, qui déterminera les besoins opérationnels pour la collecte et la présentation de l'information sur le rendement destinée aux utilisateurs internes et externes. Au cours de la phase de mise en œuvre qui suivra, Industrie Canada produira des renseignements utiles, en temps opportun, pour les besoins de la gestion. On prévoit que, grâce aux efforts déployés à l'échelle du Ministère au chapitre de la gestion du rendement, y compris ceux visant la modernisation de la fonction de contrôleur, celui-ci sera en mesure au cours des exercices à venir de mieux s'acquitter de ses responsabilités en matière de gestion et de présentation d'information à l'extérieur.

Intégrité des programmes

L'intégrité des programmes repose sur une évaluation permanente de l'état des opérations des ministères et des organismes, menée sous la gouverne du Secrétariat du Conseil du Trésor (SCT). À l'échelle gouvernementale, il s'agit d'assurer l'intégrité des programmes essentiels à la santé, à la sécurité et au bien-être des Canadiens et une répartition équilibrée des ressources entre les programmes actuels et les initiatives éventuelles, afin que l'éventail des programmes donne les résultats escomptés pour les Canadiens. Industrie Canada continuera d'évaluer ses programmes et ses priorités en étroite collaboration avec le SCT, afin de s'assurer que les programmes et services ministériels continuent de répondre aux besoins des Canadiens.

Création d'un milieu de travail exemplaire

Industrie Canada appuiera les secteurs chargés de l'exécution des programmes grâce à une stratégie intégrée en matière de recrutement, de maintien en poste et de représentation qui répond à leurs besoins et tient compte de la diversité de la population qu'ils servent.

Recrutement

- Les stratégies de promotion du recrutement dans les universités prévoient maintenant une participation accrue aux salons de l'emploi organisés dans celles-ci, en particulier dans les universités francophones et dans celles comptant de fortes concentrations d'Autochtones et de minorités visibles, ainsi que la promotion des occasions à saisir au sein de diverses publications reconnues.
- Le Ministère améliore les programmes de préparation à l'emploi destinés aux étudiants participant aux programmes d'alternance travail-études pour favoriser les emplois à long terme.
- Il demande que la Commission de la fonction publique lui délègue des pouvoirs accrus en ce qui a trait au recrutement sans concours et au recrutement de non-Canadiens pour certains groupes.

Maintien en poste

Le succès d'Industrie Canada au chapitre de la prestation de programmes et de services axés sur ses cinq objectifs stratégiques repose sur les talents, les compétences et la motivation de ses employés.

- Le Ministère poursuit la mise en œuvre d'un programme de développement en leadership pour les niveaux EX moins un et moins deux.
- Il met actuellement en œuvre les pratiques exemplaires en matière de bien-être dans le milieu de travail, en particulier pour ce qui est de l'équilibre entre le travail et la vie personnelle.
- Sa stratégie pour retenir à son service ses employés consiste à continuer de miser sur des emplois stimulants, un climat de travail favorable, des possibilités de carrière et de perfectionnement professionnel et des technologies de pointe.

Représentation

Industrie Canada s'efforce de constituer un effectif représentatif de la population qu'il sert.

- Le Ministère cible particulièrement les associations d'Autochtones et de personnes handicapées sur les campus universitaires ainsi que les salons de l'emploi axés sur l'équité en matière d'emploi. Il continuera de participer activement au Programme de recrutement accéléré des Autochtones.
- La participation active du Ministère à l'Initiative de perfectionnement professionnel des Autochtones, projet pilote, facilitera les affectations interministérielles, ce qui lui permettra d'offrir à ses employés autochtones des possibilités de formation et de perfectionnement professionnel.
- Le Ministère continuera de sensibiliser les gestionnaires aux problèmes actuels de représentation et à l'importance primordiale de compter sur un effectif représentatif pour mener à bien son mandat.

Section 4 : Initiatives conjointes

A. Initiatives horizontales

Projets de règlement importants

Réglementation	Résultats escomptés
Loi sur le financement des petites entreprises du Canada (LFPEC) – Règlement sur les projets pilotes visant la location-acquisition.	Prépublication prévue dans la *Gazette du Canada*, Partie I, en juillet 2001. Le règlement proposé devrait étendre à la location-acquisition la portée de la LFPEC. Les petites entreprises bénéficieraient ainsi d'un nouveau mécanisme important leur permettant d'obtenir une garantie de la LFPEC sur leurs emprunts.
Règlement sur la radiocommunication – Licences radio pour fins autres que la radiodiffusion – Droits (révision) – En raison des changements imposés par la nouvelle technologie, le Ministère doit adopter un nouveau barème de droits de licence pour l'utilisation du spectre à des fins autres que la radiodiffusion.	Adoption d'un nouveau barème de droits de licence pour l'utilisation du spectre à des fins autres que la radiodiffusion. Ce barème sera à la fois simple, souple et équitable pour tous les demandeurs.

Stratégie de développement durable

La Stratégie de développement durable d'Industrie Canada pour la période allant de 2000 à 2003 est dictée par l'engagement du Ministère à favoriser le développement durable dans le cadre de son mandat, qui consiste à jeter les bases d'une économie du savoir plus productive et plus concurrentielle. Conformément à cette vision, Industrie Canada est appelé à assurer le leadership et à former des partenariats en vue de promouvoir le développement durable. Pour y parvenir, il compte réaliser trois grands objectifs de développement durable et neuf objectifs secondaires et mettre en œuvre un plan d'action en 29 points.

Tout en s'inspirant de la première stratégie, la nouvelle stratégie s'en écarte cependant à la fois sur le plan de la structure et du contenu. Alors que le thème de l'apprentissage et de la découverte était au cœur de la stratégie précédente, la nouvelle stratégie met davantage l'accent sur le leadership et le partenariat. Plus proactive et ciblée, elle fait également une plus large place au renforcement des pratiques de gestion.

Son orientation est articulée en fonction des trois objectifs de développement durable :

- productivité par l'éco-efficacité;
- technologies environnementales;
- intégration du développement durable dans la prise de décisions.

Mise en œuvre

La Stratégie présente un plan d'action en 29 points, accompagné d'indicateurs de rendement, destiné à atteindre les objectifs de développement durable et les cibles correspondantes tels qu'ils sont présentés dans les pages suivantes. Les mesures prévues au plan d'action pour le premier et le deuxième objectifs, liés respectivement à l'éco-efficacité et aux technologies environnementales, sont axées sur les obligations externes du Ministère envers ses clients et les autres intervenants (y compris les activités de sensibilisation de l'industrie et la formation de partenariats). Les mesures relatives au troisième objectif, soit l'intégration du développement durable dans la prise de décisions, convergent en grande partie sur les activités internes du Ministère.

La mise en œuvre efficace de la Stratégie sera renforcée par le troisième objectif de développement durable et les mesures qui y sont associées. Ces mesures couvrent toutes les étapes du système de gestion du Ministère, qui consiste « à planifier, à mettre en œuvre, à évaluer et à améliorer ». Par exemple, elles ont pour objet de continuer à sensibiliser et à informer davantage les employés, à renforcer la participation des cadres supérieurs, à raffiner le système de contrôle et de rapports et à intégrer le développement durable dans les étapes de planification et d'évaluation ministérielles. Toutes ces activités contribueront à une mise en œuvre optimale de la stratégie.

En ce qui a trait aux liens entre les objectifs stratégiques généraux d'Industrie Canada et la nouvelle stratégie, la majorité des mesures prévues au plan d'action appuient l'objectif stratégique d'innovation. De façon générale, ces mesures appuient aussi les quatre autres objectifs stratégiques du Ministère (connectivité, marché, investissement et commerce) de même que le soutien assuré par les services ministériels et les services de gestion. Le Ministère continuera à s'efforcer d'intégrer les activités liées au développement durable à chacun des quatre objectifs stratégiques.

Les mesures prévues au plan d'action et les engagements correspondants s'échelonnent sur une période de trois ans, soit la durée prévue dans le mandat de la stratégie. Cette démarche, considérée comme efficace et pragmatique sur le plan de la mise en œuvre, tire parti de l'expérience acquise dans le cadre de la première stratégie du Ministère. Pour exploiter certaines possibilités et composer efficacement avec les contraintes, il y a lieu de prévoir un calendrier et des ressources flexibles.

Industrie Canada élaborera et communiquera sur demande un plan de mise en œuvre détaillé indiquant les centres de responsabilité, les ressources et les délais pour chacune des mesures prévues. Un rapport d'étape sur les mesures sera également établi deux fois l'an et transmis à la direction et au public. On y fera part des résultats obtenus par rapport aux réalisations attendues et aux indicateurs décrits dans les tableaux ci-après. Le Ministère s'acquittera ainsi de son obligation de reddition de comptes et de transparence en ce qui a trait à ses engagements en vertu du plan d'action.

Le site Web sur le développement durable renferme davantage d'information sur les réalisations attendues, de même que sur les délais et les différents éléments du plan d'action (**http://strategis.gc.ca/dd**).

Objectifs visés, réalisations attendues et indicateurs de rendement

OBJECTIF DE DÉVELOPPEMENT DURABLE :
Améliorer la capacité des Canadiens, des industries et des entreprises à mettre au point et à utiliser des pratiques, outils, technologies et produits dont l'éco-efficacité contribue à accroître la productivité et la performance environnementale.

CIBLE :
Travailler en partenariat avec l'industrie et d'autres intervenants pour montrer la part de l'éco-efficacité dans l'amélioration de la productivité et de la performance environnementale en renforçant la R-D et les compétences, en appliquant des outils au marché et en mesurant le succès des initiatives. D'ici 2003, réaliser huit points attendus du plan d'action.

Objectifs visés	Réalisations attendues : éléments du plan d'action permettant de les atteindre	Indicateurs de rendement
Renforcer la R-D et les compétences	• Soutenir la création de chaires de recherche • Soutenir l'établissement de réseaux de centres d'excellence (RCE)	• Nombre de domaines de recherche évalués et appuyés • Nombre de RCE évalués et appuyés
Appliquer les outils au marché	• Aider les PME à recourir à des usages, outils et technologies éco-efficients et promouvoir l'adoption de normes environnementales • Élaborer des initiatives volontaires non réglementées et en favoriser la mise en œuvre • Évaluer dans quelle mesure l'éco-étiquetage aide les consommateurs • Trouver des occasions de faire contribuer Internet et les technologies connexes de l'information et des communications à l'éco-efficacité	• Nombre d'ateliers, d'outils et de projets pilotes mis au point • Nombre d'accords volontaires conclus avec les secteurs de l'industrie • Nombre de rapports d'étape • Nombre d'évaluations d'Internet ou de produits d'information mis au point
Mesurer le succès	• Poursuivre l'élaboration d'indicateurs de l'éco-efficacité et du développement durable et examiner les pratiques de l'industrie canadienne en matière de rapports environnementaux • Inciter l'industrie à assumer sa responsabilité sociale en élaborant des pratiques optimales et en améliorant les lignes directrices et les indicateurs	• Nombre d'indicateurs élaborés et ampleur des sondages • Nombre de rapports sur les pratiques optimales ou les lignes directrices

OBJECTIF DE DÉVELOPPEMENT DURABLE :
Favoriser la mise au point et la diffusion de technologies environnementales et habilitantes qui produisent des avantages économiques et environnementaux à long terme.

CIBLE :
Travailler de concert avec l'industrie et d'autres ministères fédéraux et provinciaux et partenaires clés afin de favoriser la mise au point et la diffusion de technologies environnementales et habilitantes qui produisent des avantages économiques et environnementaux à long terme pour le Canada. D'ici 2003, réaliser 12 points du plan d'action.

Objectifs visés	Réalisations attendues : éléments du plan d'action permettant de les atteindre	Indicateurs de rendement
Promouvoir l'innovation technologique	• Par l'entremise de Partenariat technologique Canada (PTC), investir dans les technologies environnementales et habilitantes innovatrices • Soutenir la création et le fonctionnement du Fonds d'appui technologique au développement durable (FATDD) • Soutenir la R-D concernant les solutions innovatrices de systèmes intelligents par l'entremise de PRECARN III • Collaborer avec la Fondation canadienne pour l'innovation (FCI) à soutenir une infrastructure de recherche	• Nombre de projets de développement durable financés, sommes investies par PTC et montant dépensé dans l'innovation par effet de levier • Nombre de projets de développement durable financés annuellement par le FATDD, PRECARN et la FCI
Collaborer grâce à des partenariats stratégiques	• Élaborer et mettre en œuvre *Les chemins de la croissance : possibilités dans le secteur des technologies environnementales* • Promouvoir Génome Canada inc. et en suivre les progrès • Appuyer et dresser des cartes routières technologiques dans des secteurs stratégiques clés • Étendre le développement international des entreprises en recensant et en commercialisant des technologies environnementales canadiennes • Appuyer les projets pilotes urbains d'envergure internationale dans le cadre de l'Initiative sur les villes durables	• Niveau de participation d'autres ministères, des provinces et de l'industrie dans l'élaboration et la mise en œuvre de *Les chemins de la croissance : possibilités dans le secteur des technologies environnementales* • Niveau de participation d'Industrie Canada aux activités de Génome Canada inc. • Nombre de technologies et d'engagements de l'industrie liés au développement et à la commercialisation de technologies et découlant d'une carte routière technologique • Degré d'amélioration des débouchés au Canada et à l'étranger pour les entreprises canadiennes respectueuses de l'environnement
Favoriser les nouvelles approches	• Appuyer l'élaboration et l'application de la Stratégie nationale de mise en œuvre sur le changement climatique • Favoriser et appuyer la poursuite de l'essor de l'industrie des piles à combustible • Promouvoir la durabilité industrielle grâce à la biotechnologie	• Participation d'intervenants de l'industrie au processus national du changement climatique et achèvement de l'analyse des solutions au changement climatique et des incidences économiques • Développement et adoption des piles à combustible dans l'industrie et le secteur public • Stratégie canadienne de partenariat en biotechnologie, niveaux de financement des initiatives, consultation du public et rapports annuels

OBJECTIF DE DÉVELOPPEMENT DURABLE :
Améliorer l'intégration des objectifs de développement durable dans la prise de décisions touchant, entre autres, l'élaboration et la mise en œuvre des politiques, des plans et des activités du Ministère.

CIBLE :
Améliorer l'intégration des éléments du développement durable dans la prise de décisions d'Industrie Canada touchant les phases de planification, de mise en œuvre et d'évaluation du système de gestion du Ministère. D'ici 2003, réaliser neuf points du plan d'action afin d'améliorer la prise de décisions.

Objectifs visés	Réalisations attendues : éléments du plan d'action permettant de les atteindre	Indicateurs de rendement
Améliorer les pratiques de planification	• Accroître le poids des éléments du développement durable dans la planification ministérielle • Améliorer les méthodes d'évaluation environnementale et l'usage qu'on en fait • Appuyer le développement durable à l'extérieur du Ministère • Effectuer des recherches sur les politiques de développement durable	• Ampleur des lignes directrices et de l'information mises à la disposition du personnel et des cadres • Nombre de projets et d'évaluations environnementales réalisés • Niveau de participation d'Industrie Canada à appuyer le développement durable sur des tribunes extérieures et dans des dossiers d'autres entités • Nombre d'études menées sur les politiques de développement durable
Étoffer la mise en œuvre et l'opérationalisation du développement durable	• Accroître la participation des cadres supérieurs • Élargir la surveillance des mesures de développement durable et la préparation de rapports pertinents • Améliorer la formation et la sensibilisation concernant le développement durable • Améliorer les activités d'écologisation	• Niveau d'évaluation de l'impact du développement durable et de ses possibilités pour les projets soumis aux cadres supérieurs • Niveau d'appui des cadres supérieurs • Nombre annuel de rapports au personnel du Ministère et aux intervenants • Nombre de participants aux cours, ateliers et conférences • Données du rendement sur les achats, l'utilisation du parc automobile, les matières non dangereuses, les déchets solides • Analyse complète des lacunes du Système de gestion environnementale (SGE) du Ministère et plan d'action stratégique
Renforcer la prise en compte du développement durable dans l'évaluation	• Promouvoir les méthodes d'évaluation	• Nombre de cadres d'évaluation intégrant le développement durable dans les initiatives ministérielles • Élaboration de cadres pratiques permettant d'évaluer la stratégie de développement durable • Évaluation à mi-parcours de la deuxième stratégie de développement durable du Ministère

B. Initiatives collectives

Le tableau qui suit présente certaines initiatives collectives clés dans lesquelles Industrie Canada joue un rôle important ou assure le leadership.

Les initiatives collectives sont des stratégies, des activités ou des programmes entrepris et menés à bien grâce à des politiques publiques mettant en synergie plusieurs secteurs de compétence, ministères ou partenaires qui s'emploient à atteindre des objectifs communs en vue de s'acquitter d'un mandat précis.

Initiative collective	Principaux engagements	Partenaires	Résultats prévus
Accès au capital (volet de l'Initiative de développement des entreprises autochtones)	Renforcer la capacité institutionnelle des établissements de crédit contribuant au développement des Autochtones et faciliter l'accès au capital pour l'octroi de prêts de développement.	• Industrie Canada • Développement économique Canada pour les régions du Québec (DEC) • Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) • Affaires indiennes et du Nord canadien (AINC) • Diversification de l'Ouest Canada (DEO)	Permettre à quelque 36 institutions financières autochtones d'avoir accès au programme. Amener les institutions financières autochtones à établir des marges de crédit totalisant plus de 18 millions de dollars qui serviront à accorder des prêts directs à des entreprises autochtones. Accroître la capacité des institutions financières autochtones. **http://strategis.gc.ca/eac** (Entreprise autochtone Canada) **http://www.nacca.net/aboutus.htm** (Accès au capital) (en anglais seulement)
Accès légitime	Veiller à ce que les entreprises canadiennes demeurent concurrentielles sur les marchés internationaux, en menant des études et des analyses et en les consultant sur les approches en matière d'accès légitime aux communications.	• Industrie Canada • Ministère de la Justice du Canada • Solliciteur général du Canada	**http://e-com.ic.gc.ca/francais/crypto/631d15.html**

Initiative collective	Principaux engagements	Partenaires	Résultats prévus
Canshare	Améliorer la coopération et la coordination entre les organismes d'application de la loi de toutes les régions du Canada en regroupant l'information qui découle des plaintes liées à la protection des consommateurs ou à l'équité du marché.	• Industrie Canada • Police provinciale de l'Ontario (projet PhoneBusters) • Gouvernements des provinces et des territoires	Faciliter l'application des lois provinciales, territoriales et fédérales.

Initiative collective	Principaux engagements	Partenaires	Résultats prévus
Comité interministériel Un Canada branché	Arrêter un plan d'action propre à assurer le bien-être futur des citoyens grâce à un programme horizontal.	• Industrie Canada • Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) • APECA • Agence des douanes et du revenu du Canada • Garde côtière canadienne • DEC • Agence canadienne de développement international (ACDI) • Citoyenneté et Immigration Canada • Patrimoine canadien • Ministère des Finances du Canada • Ministère de la Justice du Canada • Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international (MAECI) • Environnement Canada • Santé Canada • Développement des ressources humaines Canada (DRHC) • AINC • Ressources naturelles Canada (RNCan) • Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) • Solliciteur général du Canada • Statistique Canada • Conseil du Trésor du Canada • DEO	Faire en sorte que tous les citoyens tirent parti de la nouvelle économie de réseau. Doter le pays d'une main-d'œuvre concurrentielle, augmenter le nombre d'éléments de haut niveau et faire en sorte que les éléments les meilleurs et les plus brillants restent au pays. Aider les entreprises à s'adapter à la nouvelle plate-forme numérique et à l'adopter. Permettre aux citoyens et aux entreprises de véritablement profiter des avantages des réseaux nationaux à large bande.

Initiative collective	Principaux engagements	Partenaires	Résultats prévus
Compétence.ca	Offrir des services de recrutement aux chercheurs d'emploi et aux employeurs dans les domaines ou les industries mal servis par les services commerciaux en ligne relatifs aux carrières.	• Industrie Canada • Association canadienne des spécialistes en emploi et des employeurs • Conseil canadien de l'entretien des aéronefs • Association des infirmières et infirmiers du Canada • Conseil canadien des ressources humaines en tourisme • Conseil des ressources humaines du secteur culturel • Centre d'éducation et de formation (Conseil scolaire du district de Peel) • Bénévoles Canada	**http://competence.ca**

INITIATIVE COLLECTIVE	PRINCIPAUX ENGAGEMENTS	PARTENAIRES	RÉSULTATS PRÉVUS
Équipe Canada inc	Stimuler la création d'emplois et la prospérité économique en aidant les entreprises canadiennes à tirer pleinement parti des débouchés internationaux et en favorisant la circulation des capitaux d'investissement et de la technologie.	• Industrie Canada • AAC • APECA • Banque de développement du Canada • Agence des douanes et du revenu du Canada • DEC • Patrimoine canadien • Société canadienne d'hypothèques et de logement • Corporation commerciale canadienne • Pêches et Océans Canada • ACDI • MAECI • Environnement Canada • Société pour l'expansion des exportations • DRHC • AINC • Conseil national des produits agricoles • Conseil national de recherches Canada (CNRC) • RNCan • TPSGC • Statistique Canada • Transports Canada • DEO	**http://exportsource.ca**

Initiative collective	Principaux engagements	Partenaires	Résultats prévus
Groupe de travail interministériel sur les tendances du prix du pétrole et ses incidences	Prévoir un mécanisme pour l'échange interministériel de l'information et des analyses portant sur les répercussions des augmentations de prix et sur les options qui s'offrent au gouvernement du Canada pour en atténuer les effets néfastes.	• Industrie Canada • Transports Canada • RNCan (président) • AAC • Ministère des Finances du Canada • DRHC • MAECI • Bureau du Conseil privé	Assurer la coordination de la politique. Élaborer une stratégie de communication à l'échelle fédérale pour fournir des renseignements fondés sur les faits et axés sur les citoyens.
Groupe de travail du G-8 sur les possibilités du numérique	Cerner les mesures qui aideront à combler le fossé numérique entre les pays en participant aux discussions de haut niveau organisées par le G-8.	• Industrie Canada • MAECI • ACDI • Centre de recherches pour le développement international • Entreprises privées • Représentants de la société civile	Formuler des recommandations en matière de politique. Élaborer un plan d'action pour les pays du G-8 et les organisations internationales, comme les Nations Unies, la Banque mondiale et l'OCDE.
Groupe de travail interministériel sur les nouveaux médias	Coordonner la politique dans le cadre des initiatives gouvernementales qui appuient la création, la promotion et la diffusion de contenu numérique canadien.	• Industrie Canada (coprésident) • Patrimoine canadien (coprésident) • DRHC • APECA • DEC • Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG) • CNRC	Assurer la coordination de la politique.
Groupe de travail sur la prévention du télémarketing trompeur	Sensibiliser et renseigner les consommateurs au sujet des pratiques de télémarketing trompeur en mettant en œuvre une stratégie d'éducation du public.	Divers organismes gouvernementaux, à but non lucratif et privés, notamment Bell Canada, Postes Canada, la Gendarmerie royale du Canada (GRC) et Industrie Canada (ce dernier assure la présidence du Groupe de travail)	Modifier le comportement des consommateurs afin de réduire le risque qu'ils soient victimes de pratiques de télémarketing trompeur. Aider les membres du Groupe de travail à mettre en œuvre la stratégie.

Initiative collective	Principaux engagements	Partenaires	Résultats prévus
Groupe de travail national sur les services à large bande	Conseiller le gouvernement du Canada sur la meilleure façon de rendre les services Internet à large bande et à haute vitesse accessibles à toutes les collectivités canadiennes d'ici 2004.	• Industrie Canada • DRHC • Patrimoine canadien • Les gouvernements canadiens en ligne • Santé Canada • AINC • Secrétariat rural • CANARIE • CRC • Intervenants de l'industrie (producteurs de contenu numérique, collectivités rurales, groupes autochtones, usagers du secteur de l'éducation, des bibliothèques et des milieux de la santé) • Secteur privé	Formuler des recommandations sur le niveau de participation du gouvernement du Canada. Formuler des recommandations sur la façon dont cet objectif pourrait être réalisé. **http://largebande.gc.ca**
Partenaires des consommateurs contre la téléfraude	Renseigner et sensibiliser la population sur les pratiques de télémarketing trompeur, notamment les personnes âgées qui en sont les principales cibles.	• Industrie Canada • Senior Citizens Secretariat • Bureau d'éthique commerciale du Canada • Ministère des services aux entreprises et aux consommateurs de la Nouvelle-Écosse • GRC	Sensibiliser davantage les consommateurs aux activités de télémarketing trompeur.
Projet Emptor	Cibler les pratiques transnationales de télémarketing trompeur et de sollicitation postale trompeuse grâce à une initiative d'application de la loi menée en concertation par les organismes canadiens et américains compétents.	• Industrie Canada • GRC • Vérificateur général de la Colombie-Britannique • Federal Trade Commission des États-Unis • Federal Bureau of Investigation des États-Unis	Concevoir et mettre en œuvre des stratégies efficaces pour faire échec aux pratiques transnationales de télémarketing trompeur et de sollicitation postale trompeuse.

Initiative collective	Principaux engagements	Partenaires	Résultats prévus
Rescol à la source	Favoriser l'intégration des technologies de l'information et des communications (TIC) dans l'apprentissage et l'enseignement aux niveaux primaire et secondaire. Contribuer à l'acquisition de compétences par les jeunes Canadiens et stimuler leur esprit d'innovation en favorisant l'utilisation d'Internet et des TIC en classe.	Pouvoirs publics fédéraux, provinciaux et territoriaux, collèges et universités, associations des milieux de l'éducation, organismes à but non lucratif et secteur privé.	Appuyer 20 000 projets en ligne pour cinq millions d'élèves dans les classes de maternelle et des niveaux primaire et secondaire. Favoriser l'acquisition de connaissances scolaires et informatiques, ainsi que l'employabilité. Élaborer un contenu canadien pertinent et unique en son genre à diffuser dans Internet. Intégrer les TIC à l'apprentissage. Favoriser une utilisation accrue des TIC et multiplier les possibilités de formation.
Réseau international de contrôle de la commercialisation	Élaborer des stratégies pour prévenir et corriger les pratiques commerciales trompeuses ayant une dimension internationale.	Les délégués représentant l'Allemagne, l'Australie, l'Autriche, la Belgique, le Canada, le Danemark, l'Espagne, les États-Unis, la Finlande, la France, la Hongrie, l'Irlande, le Japon, la Norvège, la Nouvelle-Zélande, les Pays-Bas, le Portugal, le Royaume-Uni, la Suède et la Suisse ont créé le Réseau en 1992, avec la participation des représentants de l'OCDE et de l'Union européenne. La Corée, la Grèce, l'Italie, le Luxembourg, Malte, le Mexique, la Pologne, la République tchèque et la Slovaquie se sont récemment joints au Réseau.	Favoriser l'adoption de mesures concrètes pour résoudre les problèmes des consommateurs dans les transactions transfrontalières portant sur des biens ou des services.

Initiative collective	Principaux engagements	Partenaires	Résultats prévus
Stratégie visant la sécurité dans Internet	Faire connaître les risques auxquels sont exposés les enfants qui utilisent Internet et renforcer la confiance des consommateurs dans ce média.	• Industrie Canada • Patrimoine canadien • DRHC • Ministère de la Justice du Canada • Agence des douanes et du revenu du Canada • Service canadien de renseignements criminels • GRC • Santé Canada	Établir des rapports sur les contenus indésirables diffusés dans Internet. Promouvoir la collaboration internationale pour l'élaboration de méthodes non réglementaires visant à faire échec aux contenus indésirables diffusés dans Internet. **http://www.brancher.gc.ca/cyberaverti**
Stratégie emploi jeunesse (SEJ)	Aider les jeunes Canadiens à avoir accès à des renseignements sur les carrières, à des possibilités d'apprentissage et à une expérience de travail.	• Industrie Canada • Patrimoine canadien • DRHC • Environnement Canada • RNCan • AAC • Programme Étudiants bien branchés (**http://www.scp-ebb.com**) • Programme d'emploi jeunesse de Rescol (**http://www.rescol.ca/pej/f**) • Projet d'acquisition d'une expérience professionnelle du Programme des ordinateurs pour les écoles (**http://www.rescol.ca/cfs-ope/welcome_f.html**) • Projet emploi jeunesse du Programme d'accès communautaire (**http://pac.ic.gc.ca**) • Camps de l'inforoute, des sciences et de l'entrepreneurship (**http://rescol.ca/ise**) • Collections numérisées du Canada (**http://collections.ic.gc.ca**) • Cyberjeunes Canada international (**http://www.netcorps-cyberjeunes.org**)	Offrir aux jeunes des renseignements et des possibilités pour les aider à acquérir des compétences, des connaissances et une expérience de travail propres à favoriser leur réussite professionnelle. Regrouper plusieurs programmes et services fédéraux s'adressant aux jeunes. Créer de nouveaux programmes et services s'adressant aux jeunes par l'intermédiaire de partenariats avec le monde des affaires, les syndicats, l'industrie, des organismes à but non lucratif, des collectivités et d'autres paliers de gouvernement. **http://www.jeunesse.gc.ca/yesinfo/index_f.html**

Initiative collective	Principaux engagements	Partenaires	Résultats prévus
Toronto Strategic Partnership	Élaborer un cadre de coopération et de coordination pour l'application des lois visant les pratiques de marketing trompeur.	• Industrie Canada • Ministère de la Consommation et du Commerce de l'Ontario • Service de police de Toronto • Federal Trade Commission des États-Unis • Postal Inspection Service des États-Unis	Coordonner les activités d'application de la loi pour démasquer les pratiques commerciales trompeuses et frauduleuses. Faciliter l'échange d'information entre les parties.

Section 5 : Renseignements financiers

5.1 Sommaire des paiements de transfert par secteur d'activité

(en milliers de dollars)	Prévisions des dépenses 2000-2001	**Dépenses prévues 2001-2002**	Dépenses prévues 2002-2003	Dépenses prévues 2003-2004
Subventions				
Politique microéconomique	1 000,0	**1 000,0**	1 000,0	1 000,0
Règlements et services axés sur le marché	45,0	**45,0**	45,0	45,0
Total des subventions	**1 045,0**	**1 045,0**	**1 045,0**	**1 045,0**
Contributions				
Politique microéconomique	12 698,0	**13 348,0**	10 848,0	10 848,0
Règlements et services axés sur le marché	1 000,0	**1 690,0**	1 690,0	1 690,0
Développement sectoriel de l'industrie	668 289,0	**757 295,0**	817 571,0	552 302,0
Total des contributions	**681 987,0**	**772 333,0**	**830 109,0**	**564 840,0**
Total des subventions et des contributions	**683 032,0**	**773 378,0**	**831 154,0**	**565 885,0**

5.2 Renseignements sur les programmes de paiement de transfert

	Dépenses prévues 2001-2002
Politique microéconomique	
Subvention à la Fondation pour la recherche et le développement industriels Canada-Israël	1 000 000
Contribution à l'Union internationale des télécommunications, Genève (Suisse)	6 808 000
Contributions en vertu du Plan d'investissement communautaire du Canada	2 400 000
Contributions en vertu des projets pilotes de l'initiative de l'infrastructure de petites entreprises	100 000
Contribution à l'Institut canadien de recherches avancées	3 490 000
Contribution au Secrétariat du commerce intérieur	550 000
Règlements et services axés sur le marché	
Subvention au Conseil consultatif canadien de la radio	45 000
Contributions à divers organismes œuvrant dans l'intérêt du consommateur	1 690 000
Développement sectoriel de l'industrie	
Contribution au Réseau canadien pour l'avancement de la recherche, de l'industrie et de l'enseignement (CANARIE)	22 778 000
Contributions en vertu du Programme de développement des collectivités	20 060 000
(S) Paiements d'assurance en vertu du Programme d'expansion des entreprises et garanties en vertu du Programme de développement industriel et régional (PDIR)	10 000 000
Contributions en vertu du programme Entreprise autochtone Canada	34 291 000
Contributions dans le cadre du Fonds de développement du Nord de l'Ontario	47 800 000
(S) Obligations contractées en vertu de la *Loi sur les prêts aux petites entreprises*	49 000 000
(S) Obligations contractées en vertu de la *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada*	11 000 000
Contributions en vertu du programme de Partenariat technologique Canada	356 813 000
Contributions en vertu de l'Entente Canada-Québec sur le développement industriel	1 805 000
Contributions en vertu du Programme d'accès communautaire de Rescol	47 003 000
Contributions en vertu du programme Camps d'initiations à l'inforoute, aux sciences et à l'entrepreneurship	345 000
Contributions en vertu du programme Les Collectivités ingénieuses	22 400 000
Contribution à l'Institut de recherche et de développement industriels	1 000 000
Contributions en vertu du programme Infrastructure Canada	133 000 000

Remarque : Les objectifs des programmes de subventions et de contributions en cours d'Industrie Canada se retrouvent à la section 6.3, p. 84.

http://info.ic.gc.ca

5.3 Source des recettes disponibles et des recettes non disponibles

(en millions de dollars)	Prévisions des recettes 2000-2001	**Recettes prévues 2001-2002**	Recettes prévues 2002-2003	Recettes prévues 2003-2004
Recettes disponibles				
Supervision des procédures de faillite et d'insolvabilité	16,0	**20,0**	20,0	20,0
Fonds renouvelable – Protection et diffusion de la propriété intellectuelle	55,7	**76,9**	82,8	88,1
Droit et politique de la concurrence	6,0	**6,0**	6,0	6,0
Recherche sur les communications	9,7	**9,7**	9,7	9,7
Total partiel des recettes disponibles	**87,4**	**112,5**	**118,5**	**123,8**
Recettes non disponibles				
Supervision des procédures de faillite et d'insolvabilité	0,4	**0,4**	0,4	0,4
Réglementation sur les sociétés	12,5	**13,1**	13,7	14,4
Réglementation des mesures	4,4	**2,0**	2,0	2,0
Réglementation en matière d'étiquetage et de publicité	0,1	**0,1**	0,1	0,1
Gestion du spectre*	1 688,2	**206,3**	206,3	206,3
Remboursement des dépenses de l'exercice précédent	4,9	—	—	—
Revenus de placements	13,1	**12,1**	11,5	10,8
Développement	1,4	**1,0**	0,9	0,8
Frais de service en vertu de la *Loi sur les prêts aux petites entreprises* et de la *Loi sur le financement des petites entreprises du Canada*	34,2	**31,0**	31,0	31,0
Total partiel des recettes non disponibles	**1 759,2**	**266,0**	**265,9**	**265,8**
Total des recettes disponibles et des recettes non disponibles	**1 846,6**	**378,5**	**384,4**	**389,6**

* Inclut 1 481,9 million provenant de la mise aux enchères de fréquences SCP supplémentaires dans la gamme de fréquences de 2 GHz.

5.4 Coût net du Programme pour l'année budgétaire

(en millions de dollars)	Industrie Canada
Dépenses nettes prévues	1 267,0
Plus :	
Services reçus sans frais	
Locaux fournis par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC)	35,0
Cotisations visant la part des employés des primes d'assurance et les coûts payés par le Secrétariat du Conseil du Trésor	18,4
Protection des accidents du travail assurée par Développement des ressources humaines Canada	0,7
Traitements et coûts des services juridiques connexes fournis par Justice Canada	4,3
Total partiel	**58,5**
Coût total du Programme	**1 325,5**
Moins : Recettes non disponibles	266,0
Coût net du Programme pour 2001-2002	**1 059,5**

5.5 États financiers du fonds renouvelable

État des résultats du fonds renouvelable de l'Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC)

(en millions de dollars)	Prévisions 2000-2001	**Prévues 2001-2002**	Prévues 2002-2003	Prévues 2003-2004
Revenus	**72,8**	**79,4**	**86,4**	**93,6**
Dépenses				
Fonctionnement :				
Salaires et avantages sociaux	38,5	**42,0**	44,3	45,8
Dépréciation	14,9	**15,5**	14,3	14,0
Réparations et entretien	0,4	**0,4**	0,4	0,4
Services administratifs et de soutien	17,1	**17,2**	17,3	17,4
Services publics, matériel et fournitures	1,9	**2,0**	2,1	2,1
Marketing	0,0	**0,0**	0,0	0,0
Intérêts	0,0	**0,0**	0,0	0,0
Total des dépenses	**72,8**	**77,1**	**78,4**	**79,7**
Excédent (déficit) partiel	**0,0**	**2,3**	**8,0**	**13,9**
Amortissement d'assistance immobilisation reporté	6,4	**0,0**	0,0	0,0
Excédent (déficit)	**6,4**	**2,3**	**8,0**	**13,9**

5.6 États financiers du fonds renouvelable (*suite*)

État de l'évolution de la situation financière

(en millions de dollars)	Prévisions 2000-2001	**Prévues 2001-2002**	Prévues 2002-2003	Prévues 2003-2004
Excédent (déficit)	**6,4**	**2,3**	**8,0**	**13,9**
Ajouter les postes hors trésorerie :				
Dépréciation ou amortissement	14,9	**15,6**	14,3	14,0
Amortissement d'assistance immobilisation reporté	(6,4)	—	—	—
Activités de placement :				
Acquisition de biens amortissables	(4,0)	**(4,6)**	(4,3)	(4,8)
Changements des actifs et des passifs à court et à long terme	(0,1)	**(4,6)**	(5,7)	(8,0)
Excédent de trésorerie (besoin)	**10,8**	**8,7**	**12,3**	**15,1**

5.7 États financiers du fonds renouvelable (*suite*)

Utilisation prévue des autorisations

(en millions de dollars)	Prévisions 2000-2001	**Prévues 2001-2002**	Prévues 2002-2003	Prévues 2003-2004
Autorisations*	15,0	**15,0**	15,0	15,0
Prélèvements :				
Solde au 1er avril	25,4	**36,2**	44,9	57,2
Excédent prévu (prélèvements)	10,8	**8,7**	12,3	15,1
	36,2	**44,9**	57,2	72,3
Solde projeté au 31 mars	**51,2**	**59,9**	**72,2**	**87,3**

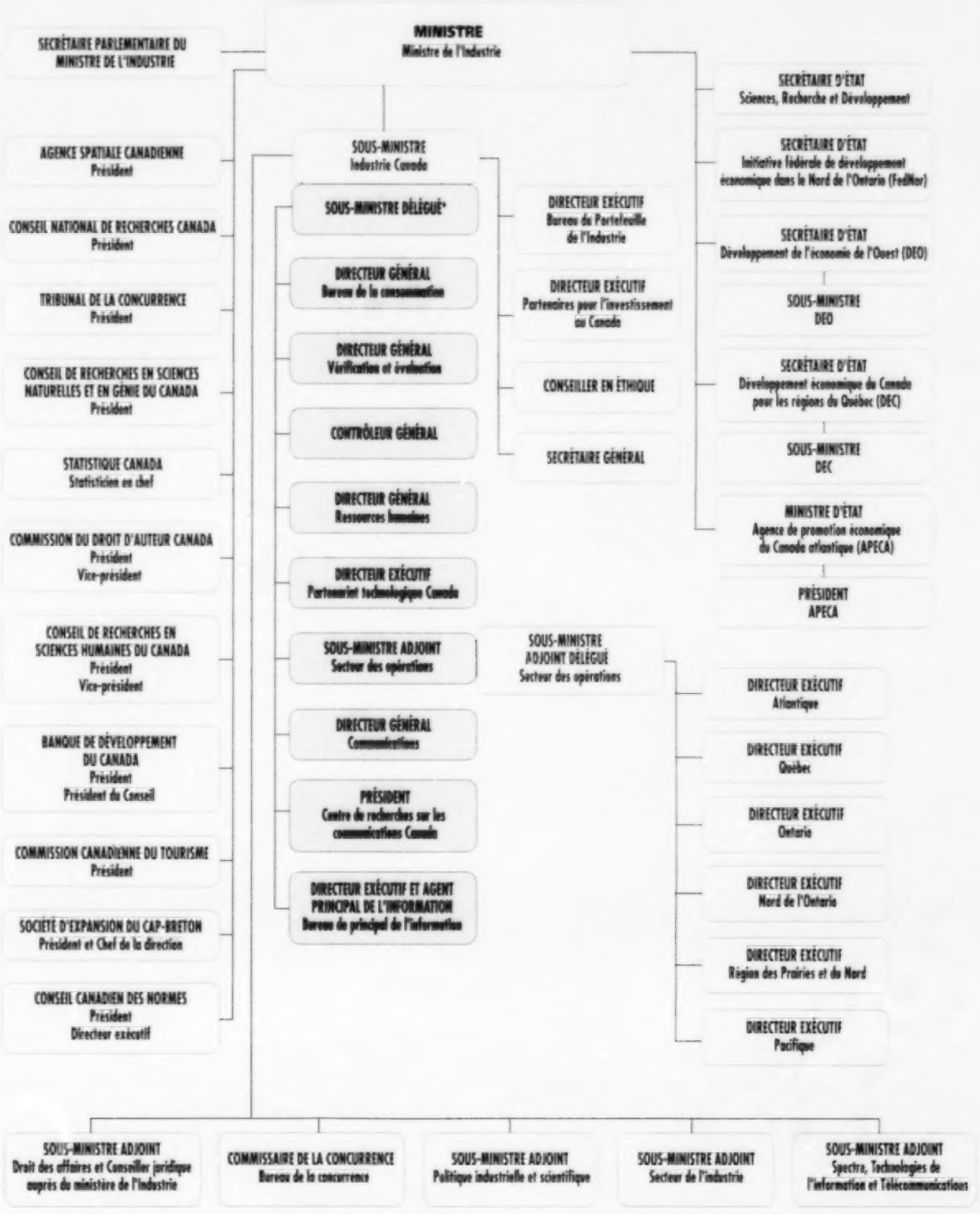
* Au plus 15 millions de dollars peuvent être prélevés sur le Trésor à un quelconque moment.

5.8 Prêts, placements et avances

(en millions de dollars)	Prévisions des dépenses 2000-2001	**Dépenses prévues 2001-2002**	Dépenses prévues 2002-2003	Dépenses prévues 2003-2004
Développement sectoriel de l'industrie				
Paiements conformément au paragraphe 14(2) de la *Loi sur le ministère de l'Industrie*	—	**0,3**	0,3	0,3
Prêts conformément à l'alinéa 14(1)(*a*) de la *Loi sur le ministère de l'Industrie*	—	**0,5**	0,5	0,5
Total	—	**0,8**	**0,8**	**0,8**

Section 6 : Renseignements supplémentaires

6.1 Organigramme du Portefeuille de l'Industrie



*Le sous-ministre délégué assume la gestion au jour le jour des encadrés ombragés.

6.2 Programme de développement industriel et régional

En vertu de l'article 14 de la *Loi sur le développement industriel et régional*, un rapport annuel sur l'administration du Programme de développement industriel et régional (PDIR) doit être présenté au Parlement au plus tard le 1er juin suivant la fin de chaque exercice. Comme il n'y a aucun engagement nouveau à signaler en ce qui concerne le PDIR, au lieu de produire un rapport annuel distinct, Industrie Canada s'acquitte de son obligation pour l'exercice 2000-2001 aux termes des dispositions relatives au *Rapport sur les plans et les priorités*.

Le PDIR a pris fin le 30 juin 1988 et aucune autre demande d'aide en vertu de ce programme n'a été acceptée depuis. Tous les engagements financiers pris par Industrie Canada dans le cadre du PDIR ont déjà été entièrement imputés.

La *Loi sur le développement industriel et régional* demeure en vigueur pour permettre le remboursement continu, dans les années à venir, de l'aide financière accordée en vertu du PDIR.

6.3 Objectifs des programmes de subventions et de contributions en cours d'Industrie Canada

Les nouvelles contributions prévues en vertu des programmes présentés ci-après peuvent être approuvées directement par le Ministère ou par un intermédiaire.

Initiative de développement des entreprises autochtones

Cette initiative vise les objectifs suivants :

- accroître le nombre d'entreprises viables au pays qui appartiennent à des Canadiens autochtones et sont contrôlées par eux et améliorer l'accès aux débouchés commerciaux, encourager l'autonomie et créer un climat d'affaires favorable pour le bénéfice des Canadiens autochtones de toutes les régions du Canada;
- encourager la création, l'expansion et la diversification de sociétés de financement autonomes appartenant à des Autochtones et contrôlées par eux, qui fournissent des capitaux destinés au développement au Canada et dont les fonctions sont complémentaires à celles des grandes institutions financières;
- améliorer l'accès au capital des entreprises autochtones canadiennes qui ont de la difficulté à obtenir un financement commercial auprès des établissements traditionnels;
- accroître la capacité des organismes autochtones de développement financier et commercial à offrir des services financiers, de l'information commerciale et des services d'aide au développement;
- conférer aux Canadiens autochtones une responsabilité accrue à l'égard des initiatives de développement économique, conformément à l'esprit du document intitulé *Rassembler nos forces — Plan d'action du Canada pour les questions autochtones*.

Programme d'assurance-prêt pour les entreprises autochtones

Ce programme a pour objectif de stimuler l'esprit d'entreprise chez les Canadiens autochtones et de favoriser ainsi grandement leur autonomie financière en leur offrant une aide financière et des services consultatifs aux différentes étapes et pour plusieurs aspects du développement d'une entreprise.

Programme de financement des petites entreprises du Canada

Ce programme vise à inciter les établissements de crédit participants à accroître l'accessibilité aux prêts destinés à financer l'établissement, l'agrandissement, la modernisation et l'amélioration des petites entreprises.

FedNor

L'objectif global de FedNor consiste à promouvoir le développement économique dans le nord de l'Ontario pour ainsi renforcer l'économie nationale et accroître les occasions d'affaires et les possibilités d'emploi. Au nombre des résultats escomptés de ce programme, mentionnons les suivants :

- améliorer l'accès des petites entreprises au capital (p. ex., accroître l'octroi de prêts aux petites entreprises ainsi qu'aux entreprises rurales, autochtones, francophones ou novatrices et pour les projets à risque élevé et d'autres initiatives);
- améliorer l'accès des petites entreprises à l'information (p. ex., les aider à mieux connaître et à utiliser davantage Internet, les nouvelles technologies et les services d'Industrie Canada et leur offrir une infrastructure de télécommunications accessible et économique);
- améliorer l'accès des petites entreprises aux marchés (p. ex., les aider à améliorer leur compétitivité et à enrichir leurs connaissances et les inciter à utiliser davantage les compétences spécialisées);
- promouvoir l'établissement de collectivités autonomes et viables, notamment renforcer les collectivités autochtones et leur économie (p. ex., accroître la prise de décisions et la prestation dans la collectivité et stimuler le développement économique à l'échelon local).

http://strategis.gc.ca/fednor

Programmes pour l'inforoute

Programme d'accès communautaire

Ce programme vise à fournir un accès abordable à Internet à tous les Canadiens, afin de s'assurer qu'ils bénéficient de l'économie mondiale du savoir et se familiarisent avec les technologies correspondantes et, plus précisément, à établir des sites d'accès public dans les collectivités urbaines et rurales dans tout le pays.
http://pac.ic.gc.ca

Ordinateurs pour les écoles

Ce programme a pour objet d'aider les écoles et les bibliothèques à tirer pleinement parti de l'ère de l'information grâce à la collecte, à la remise en état et à la distribution d'ordinateurs excédentaires, mais toujours utilisables, donnés aux écoles et aux bibliothèques dans tout le pays par les administrations publiques, le secteur privé et des particuliers.
http://rescol.ca/cfs-ope

Rescol

Ce programme a pour objectif de faciliter le branchement à Internet de toutes les écoles, y compris celles des Premières nations, et de toutes les bibliothèques. En stimulant l'utilisation d'Internet dans un milieu d'apprentissage, Rescol permet de tirer

parti des possibilités formidables qu'offrent les technologies de l'information et des communications (TIC) pour le bénéfice de tous les Canadiens qui désirent s'instruire, ce qui leur permettra de soutenir la concurrence dans la nouvelle économie mondiale du savoir.
http://www.rescol.ca

Cyberjeunes Canada International

Ce programme vise à offrir aux jeunes Canadiens une expérience de travail internationale en technologie de l'information tout en aidant les pays en développement à accroître leurs capacités dans ce domaine.
http://www.netcorps-cyberjeunes.org

Collectivités ingénieuses

Ce programme vise les objectifs suivants :

- aider les Collectivités ingénieuses à élaborer et à mettre en œuvre des stratégies durables;
- offrir des possibilités d'apprentissage en favorisant les échanges entre les collectivités sur les activités, les expériences et les leçons apprises;
- créer de nouveaux débouchés, au pays et à l'étranger, pour les entreprises canadiennes qui mettent au point et offrent des applications et des services dans le domaine des TIC.
  http://collectivitesingenieuses.ic.gc.ca

Programme d'aide au secteur du bénévolat (VolNet)

Ce programme vise à accroître la capacité technologique des organismes du secteur bénévole, en leur offrant des services de branchement à Internet et en les aidant à obtenir des ordinateurs et une formation.
http://www.volnet.org

Programme de développement des collectivités de l'Ontario

L'objectif de ce programme consiste à stimuler le développement économique communautaire en aidant les collectivités du Nord et des régions rurales de l'Ontario à relancer et à diversifier leur économie. Grâce à l'appui du réseau de Sociétés d'aide au développement des collectivités, le Programme vise les résultats suivants :

- élaborer et mettre en œuvre la planification stratégique du développement économique des collectivités, en collaboration avec d'autres partenaires, dans le but de renforcer et de diversifier leur économie locale;
- assurer toute une gamme de services aux petites entreprises, notamment des conseils techniques ainsi que des services de consultation, d'information et d'aiguillage;
- offrir aux petites entreprises un financement pouvant atteindre 125 000 $, sous forme de prêt commercial, par l'entremise d'un fonds d'investissement administré localement qui permet de consentir ou de garantir des prêts ou d'offrir un financement par capitaux propres pour le démarrage, l'expansion ou la stabilisation des entreprises, lorsque le financement provenant d'autres sources se révèle insuffisant.

Étudiants bien branchés

Le programme Étudiants bien branchés, initiative d'Industrie Canada et de la Stratégie emploi jeunesse, vise les objectifs suivants :

- sensibiliser les PME canadiennes et les aider à répondre à leurs besoins en technologies de l'information, particulièrement en assurant une formation dans le domaine d'Internet et du commerce électronique;

- offrir aux jeunes Canadiens la possibilité d'acquérir une expérience de travail précieuse et pertinente qui les aidera à passer du milieu scolaire au monde du travail;
- continuer d'assurer une forte présence nationale en établissant des réseaux de collaboration qui regroupent le secteur public, les milieux d'affaires et de l'enseignement et d'autres parties intéressées.
  http://scp-ebb.com

Aide financière aux groupes de défense des consommateurs et aux autres organismes bénévoles travaillant dans l'intérêt des consommateurs

Ce programme vise à aider les consommateurs à jouer un plus grand rôle sur le marché en cherchant à promouvoir des recherches et des analyses bien étayées et actuelles dans le domaine de la consommation et à améliorer l'autonomie financière des groupes de consommateurs et des organismes bénévoles.

Contributions aux projets de recherche

Ce volet du programme a pour objet de renforcer le rôle du consommateur sur le marché en améliorant la qualité et l'incidence de la recherche et des travaux d'élaboration de politiques sur la consommation menés par les groupes de consommateurs et les organismes bénévoles.

Les résultats escomptés sont les suivants :

- grâce à des recherches et à des analyses bien étayées, les organismes qui représentent les intérêts des consommateurs pourront mieux faire entendre leur voix dans le cadre des processus de prise de décisions public et privé;
- les résultats des projets et les rapports finals seront consultés par les pairs, les parties intéressées et d'autres ministères;
- les résultats des projets et les rapports finals contribueront au processus de prise de décisions.

Contributions au développement

Ce volet a pour objectif d'accroître la capacité des organismes à trouver de nouvelles sources de revenus et à être plus autonomes.

Une plus grande diversification des sources de revenus des organismes et une plus grande autonomie financière sont les résultats escomptés.

Partenariat technologique Canada

Les objectifs du programme sont les suivants :

- favoriser la croissance économique, la création d'emplois et l'augmentation des revenus;
- appuyer le développement durable;
- établir et maintenir l'assise technologique industrielle et les compétences de base essentielles à une économie du savoir;
- encourager l'expansion des PME dans toutes les régions du Canada;
- stimuler l'investissement privé;
- gérer les contributions, de sorte que tous les remboursements soient réinvestis dans PTC en vue de favoriser la croissance future;
- gérer le ratio de partage pour les contributions de PTC, en visant un ratio moyen d'au plus 33 p. 100 (le ratio pour les projets habituels varie de 25 à 30 p. 100);

- adopter, en matière d'investissement, une approche fondée sur le partage des retombées et des risques.
  http://ptc.ic.gc.ca

On dit souvent que les programmes présentés ci-après sont des « programmes exécutés indirectement », en vertu desquels on accorde une subvention ou une contribution à un organisme pour lui permettre d'assurer une aide financière afin de favoriser le développement économique dans un secteur, selon les critères de rendement en vigueur.

CANARIE — Phase III

Dans le contexte de la politique fédérale sur l'infrastructure présentée dans *L'innovation — La clé de l'économie moderne*, le programme de connectivité, la Stratégie canadienne sur le commerce électronique et la stratégie du Réseau national du savoir, les grands objectifs de CANARIE consistent à améliorer la productivité et la compétitivité de l'industrie canadienne, en particulier les entreprises novatrices du secteur des TIC, en mettant l'accent sur les domaines prioritaires (publics et privés) de l'économie (p. ex., le commerce électronique, l'apprentissage, la télésanté et les systèmes intelligents), afin de stimuler le développement et la diffusion de technologies, d'applications avancées et de services de pointe qui soutiennent ou utilisent l'infrastructure Internet de pointe, comme CA*net 3, et qui reposent sur des normes de système ouvert. Les objectifs du programme sont les suivants :

- favoriser le développement, la mise à l'essai et la démonstration d'applications de réseautique avancées, ainsi que des technologies et des services connexes;
- aider l'industrie canadienne à développer des logiciels, l'infrastructure et d'autres produits, solutions et services relatifs aux réseaux de pointe et aux applications avancées;
- appuyer la diffusion et le déploiement de réseaux de pointe et d'applications avancées, y compris les résultats des sous-projets réalisés par l'intermédiaire du Programme de développement des applications avancées (PDAA);
- faire connaître les réseaux de pointe ainsi que les applications, les technologies et les services connexes, y compris les résultats des sous-projets réalisés par l'intermédiaire du PDAA;
- promouvoir un accès amélioré aux réseaux de pointe et une meilleure utilisation de ces réseaux;
- encourager la collaboration avec l'industrie, les collèges et universités, les écoles, les conseils et commissions scolaires, les bibliothèques, les organismes et centres de recherche publics, les administrations provinciales, les organismes participant à des initiatives fédérales concertées et d'autres parties intéressées ainsi qu'entre ces groupes.

Au cours des trois prochains exercices, CANARIE prévoit d'obtenir entre autres les résultats suivants :

- Au cours de la période allant de 2001 à 2004, CANARIE affectera un montant pouvant atteindre 28 millions de dollars à des projets de R-D à coûts partagés et à des activités connexes, en vertu de son programme de commerce électronique.
- Dans le cadre de son programme d'apprentissage et de formation relatif au commerce électronique, CANARIE assurera le suivi du premier concours de financement à coûts partagés (annoncé en juillet 1999, en vertu duquel dix subventions d'un million de dollars ont été accordées en mai 2000) et organisera des concours supplémentaires d'une valeur de 10 millions de dollars pour découvrir et lancer dans toutes les régions du pays une autre série de projets novateurs consacrés à des applications pédagogiques d'avant-garde.

- En ce qui a trait à la technologie réseau, le réseau de base national à fibres optiques CA*net 3 sera entièrement déployé d'ici juillet 2002. **http://www.canarie.ca**

Institut canadien de recherches avancées

Ce programme a pour objectif d'encourager l'excellence dans la recherche au Canada, en appuyant les travaux de l'Institut canadien de recherches avancées (ICRA) et en favorisant son essor. Les résultats escomptés par ce programme sont les suivants :

- améliorer les compétences dans les domaines qui sont importants à long terme pour le Canada sur le plan scientifique, économique et social et qui reposent sur une approche interdisciplinaire;
- stimuler l'investissement du secteur privé et des gouvernements provinciaux dans les activités de R-D fondamentale et appliquée au Canada;
- aider à prévenir l'exode des cerveaux en mettant tout en œuvre pour retenir au Canada le personnel compétent;
- favoriser le resserrement des liens entre les activités de recherche des universités et celles des administrations publiques. **http://www.ciar.ca** (en anglais seulement)

Génome Canada

Le budget de 2000 prévoyait une subvention de 160 millions de dollars pour Génome Canada, et l'on s'attend à ce que le financement de contrepartie des gouvernements provinciaux égale à tout le moins la contribution fédérale. Cette initiative a pour objectif d'aider le Canada à devenir un chef de file mondial dans certains domaines de la recherche génomique en réunissant des consortiums pour mener des travaux de recherche, établir des plates-formes technologiques et réaliser de grands projets de recherche en génomique. Les principaux aspects de cette initiative sont les suivants :

- la création de Génome Canada, société à but non lucratif, en vue d'élaborer une stratégie et de mener à bien des activités de recherche en génomique reposant sur un partenariat pancanadien;
- la mise en place, au cours de l'exercice 2001-2002, de cinq centres régionaux de génomique en Colombie-Britannique, dans les Prairies, en Ontario, au Québec et dans le Canada atlantique, qui disposeront d'importantes plates-formes technologiques de R-D et réalisant des travaux d'envergure;
- la réalisation de vastes projets de recherche dans les domaines de la santé, de l'agriculture, de l'environnement, de la foresterie et des pêches;
- le recrutement et le perfectionnement de la prochaine génération de scientifiques canadiens spécialisés en génomique;
- les activités visant à sensibiliser davantage la population à la génomique et à aborder les préoccupations soulevées par ce domaine de la recherche. **http://www.genomecanada.ca**

PRECARN

Ce programme vise les objectifs suivants :

- améliorer la capacité de l'industrie canadienne dans le domaine des systèmes intelligents;
- assurer le leadership en vue de la réalisation de travaux de collaboration dans le domaine de la recherche sur les systèmes intelligents, en regroupant les capacités et les ressources complémentaires des utilisateurs-clients, des fournisseurs, des créateurs de technologies et des chercheurs dans le cadre d'un consortium national relevant de l'industrie;
- conférer à l'industrie canadienne un avantage concurrentiel et aux Canadiens des avantages socioéconomiques grâce à des travaux novateurs sur les systèmes intelligents.
  http://www.precarn.ca

6.4 Lois

Lois dont l'application relève du ministre de l'Industrie

LOI CONCERNANT LE MINISTÈRE

Loi sur le ministère de l'Industrie, L.C. 1995, ch. 1

LOIS CONCERNANT LES TÉLÉCOMMUNICATIONS

Loi sur la radiocommunication, L.R. 1985, ch. R-2
Loi sur la réorganisation et l'aliénation de Téléglobe Canada, L.C. 1987, ch. 12 (certaines fonctions seulement)
Loi sur la réorganisation et l'aliénation de Télésat Canada, L.C. 1991, ch. 52 (rôle en matière de politique)
Loi sur les télécommunications, L.C. 1993, ch. 38

RÉGLEMENTATION DU MARCHÉ ET DU COMMERCE

Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies, L.R. 1985, ch. C-36
Loi sur les chambres de commerce, L.R. 1985, ch. B-6
Loi sur la concurrence, L.R. 1985, ch. C-34
Loi canadienne sur les coopératives, L.C. 1998, ch. 1
Loi sur les corporations canadiennes, L.R. 1970, ch. C-32
Loi sur l'enregistrement des lobbyistes, L.R. 1985, ch. 44 (4e suppl.)
Loi sur la faillite et l'insolvabilité, L.R. 1985, ch. B-3
Loi sur le financement des petites entreprises du Canada, L.C. 1998, ch. 36
Loi sur le fonctionnement des sociétés du secteur public, L.R. 1985, ch. G-4
Loi sur Investissement Canada, L.R. 1985, ch. 28 (1er suppl.)
Loi sur les liquidations et les restructurations, L.R. 1985, ch. W-11 (Partie I seulement)
Loi de mise en œuvre de l'Accord sur le commerce intérieur, L.C. 1996, ch. 17
Loi canadienne sur les sociétés par actions, L.R. 1985, ch. C-44

LOIS CONCERNANT L'OFFICE DE LA PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE DU CANADA

Loi sur les brevets, L.R. 1985, ch. P-4
Loi sur les dessins industriels, L.R. 1985, ch. I-9
Loi sur le droit d'auteur, L.R. 1985, ch. C-42
Loi sur les inventions des fonctionnaires, L.R. 1985, ch. P-32
Loi sur les marques de commerce, L.R. 1985, ch. T-13
Loi sur les topographies de circuits intégrés, L.C. 1990, ch. 37

LOIS CONCERNANT LA CONSOMMATION

Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation, L.R. 1985, ch. C-38
Loi sur l'étiquetage des textiles, L.R. 1985, ch. T-10
Loi sur l'inspection de l'électricité et du gaz, L.R. 1985, ch. E-4
Loi sur les lettres de change, L.R. 1985, ch. B-4 (Partie V : Lettres et billets de consommation)
Loi sur le marquage des bois, L.R. 1985, ch. T-11
Loi sur les poids et mesures, L.R 1985, ch. W-6
Loi sur le poinçonnage des métaux précieux, L.R. 1985, ch. P-19

FONCTIONS DU REGISTRAIRE GÉNÉRAL

Loi sur les documents publics, L.R. 1985, ch. P-28
Loi sur les fonctionnaires publics, L.R. 1985, ch. P-31
Loi sur les sceaux, L.R. 1985, ch. S-6
Loi sur les syndicats ouvriers, L.R. 1985, ch. T-14

LOIS CONCERNANT LES ORGANISMES DU PORTEFEUILLE DE L'INDUSTRIE

Commission du droit d'auteur : *Loi sur le droit d'auteur*, L.R. 1985, ch. C-42 (article 66 et articles suivants)

Fondation canadienne pour l'innovation : Parties I et XI de la *Loi d'exécution du budget de 1997*, L.C. 1997, ch. 26

Loi de mise en œuvre de l'Accord sur la station spatiale internationale civile, L.C. 1999, ch. 35

Loi sur l'Agence spatiale canadienne, L.C. 1990, ch. 13

Loi sur la Banque de développement du Canada, L.C. 1995, ch. 28

Loi sur le Conseil canadien des normes, L.R. 1985, ch. S-16

Loi sur le Conseil national de recherches, L.R. 1985, ch. N-15

Loi sur le Conseil de recherches en sciences humaines, L.R. 1985, ch. S-12

Loi sur le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie, L.R. 1985, ch. N-21

Loi sur la statistique, L.R. 1985, ch. S-19

Loi sur le Tribunal de la concurrence, L.R. 1985, ch. 19 (2e suppl.)

LOIS INACTIVES OU SANS IMPACT IMPORTANT

Loi sur l'aménagement rural et le développement agricole, L.R. 1985, ch. A-3

Loi sur Bell Canada, L.C. 1987, ch. 19 (loi privée)

Loi sur la bonification d'intérêts au profit des petites entreprises, L.C. 1980-81-82-83, ch. 147

Loi sur la compagnie de téléphone de la Colombie-Britannique, L.C. 1916, ch. 66 (loi privée)

Loi sur les déclarations des personnes morales et des syndicats, L.R. 1985, ch. C-43

Loi sur le développement industriel et régional, L.R. 1985, ch. I-8

Loi sur la restructuration du secteur des pêches de l'Atlantique, L.R. 1985, ch. A-14 (à l'égard de certaines entreprises)

Loi sur les sociétés de caisse de retraite, L.R. 1985, ch. P-8 (articles 4, 6 et 7)

Loi sur le soutien de l'emploi, L.C. 1970-71-72, ch. 56

Loi sur les subventions au développement régional, L.R. 1970, ch. R-3

Loi sur les zones spéciales, L.R. 1985, ch. S-14 (Ontario et Québec)

LOIS CONCERNANT LES ORGANISMES RÉGIONAUX

Agence de promotion économique du Canada atlantique

Le ministre de l'Industrie est également ministre responsable de l'Agence de promotion économique du Canada atlantique et des lois suivantes :

Loi sur l'Agence de promotion économique du Canada atlantique, Partie I de la *Loi organique de 1987 sur le Canada atlantique*, L.R. 1985, ch. 41 (4e suppl.)

Loi sur le financement des petites entreprises du Canada, L.C. 1998, ch. 36 (provinces atlantiques)

Loi sur la Société d'expansion du Cap-Breton, Partie II de la *Loi organique de 1987 sur le Canada atlantique*, L.R. 1985, ch. 41 (4e suppl.)

Diversification de l'économie de l'Ouest

Le ministre de l'Industrie est également ministre responsable de Diversification de l'économie de l'Ouest Canada et des lois suivantes :

Loi sur la diversification de l'économie de l'Ouest canadien, L.R. 1985, ch. 11 (4e suppl.)

Loi sur le financement des petites entreprises du Canada, L.C. 1998, ch. 36 (provinces de l'Ouest canadien)

Développement économique Canada pour les régions du Québec

Le ministre de l'Industrie est également ministre responsable de Développement économique Canada pour les régions du Québec et des lois suivantes :

Loi sur le financement des petites entreprises du Canada, L.C. 1998, ch. 36 (Québec)

Partie II de la *Loi sur le ministère de l'Industrie*, L.C. 1995, ch. 1 (Développement économique régional au Québec)

La dernière liste est disponible sur le Web (http://www.ic.gc.ca/personnes-ressources)

6.5 Comment joindre Industrie Canada

Cabinet du ministre

Ministre de l'Industrie
Brian Tobin
Tél. : (613) 995-9001
Téléc. : (613) 992-0302
tobin.brian@ic.gc.ca

Secrétaire parlementaire du ministre de l'Industrie
John Cannis, député
Tél. : (613) 992-6823
Téléc. : (613) 943-1045
cannij@parl.gc.ca

Secrétaires d'État

Secrétaire d'État
Sciences, Recherche et Développement
Gilbert Normand
Tél. : (613) 995-1333
Téléc. : (613) 990-4056
normand.gilbert@ic.gc.ca

Secrétaire d'État
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada
Ronald Duhamel
Tél. : (613) 860-1420
Téléc. : (613) 225-6927
ronald.duhamel@wd.gc.ca

Secrétaire d'État
Initiative fédérale du développement économique dans le Nord de l'Ontario
Andrew Mitchell
Tél. : (613) 947-5850
Téléc. : (613) 954-3106
mitchell.andrew@ic.gc.ca

Secrétaire d'État
Développement économique Canada pour les régions du Québec
Martin Cauchon
Tél. : (613) 995-7691
Téléc. : (613) 995-0114
cauchm0@parl.gc.ca

Ministre d'État
Agence de promotion économique du Canada atlantique
Robert Thibault
Tél. : (613) 941-7241
Téléc. : (613) 941-7844
flabelle@acoa-apeca.gc.ca

Industrie Canada

Sous-ministre
V. Peter Harder
Tél. : (613) 992-4292
Téléc. : (613) 954-3272
harder.peter@ic.gc.ca

Sous-ministre délégué
Paul Thibault
Tél. : (613) 943-7164
Téléc. : (613) 954-3272
thibault.paul@ic.gc.ca

Directeur exécutif
Bureau du Portefeuille de l'Industrie
Bill Cleevely
Tél. : (613) 954-8911
Téléc. : (613) 957-1990
cleevely.bill@ic.gc.ca

Directeur exécutif
Partenaires pour l'investissement au Canada
Rocco Delvecchio
Tél. : (613) 941-2983
Téléc. : (613) 941-3817
delvecchio.rocco@ic.gc.ca

Conseiller en éthique
Howard Wilson
Tél. : (613) 995-6852
Téléc. : (613) 995-7308
wilson.howie@ic.gc.ca

Secrétaire générale
Lisanne Lacroix
Tél. : (613) 943-7049
Téléc. : (613) 954-4270
lacroix.lisanne@ic.gc.ca

Directeur général
Bureau de la consommation
Michael Jenkin
Tél. : (613) 954-3277
Téléc. : (613) 952-6927
jenkin.michael@ic.gc.ca

Directeur général
Direction générale de la vérification et de l'évaluation
Owen Taylor
Tél. : (613) 954-5084
Téléc. : (613) 954-5070
taylor.owen@ic.gc.ca

Contrôleur général
Jennifer Benimadhu
Tél. : (613) 957-9288
Téléc. : (613) 998-6950
benimadhu.jennifer@ic.gc.ca

Sous-ministre adjoint
Secteur des opérations
Jean-Claude Bouchard
Tél. : (613) 954-3405
Téléc. : (613) 954-4883
bouchard.jean-claude@ic.gc.ca

Sous-ministre adjoint délégué
Secteur des opérations
John McBride
Tél. : (613) 957-4392
Téléc. : (613) 954-4883
mcbride.john@ic.gc.ca

Directeur exécutif
Région de l'Atlantique
David Mulcaster
Tél. : (902) 426-3458
Téléc. : (902) 426-2615
mulcaster.david@ic.gc.ca

Directeur exécutif
Région du Québec
Réjean Frenette
Tél. : (514) 283-1885
Téléc. : (514) 496-7003
frenette.rejean@ic.gc.ca

Directrice exécutive
Région de l'Ontario
Brigitte Hohn
Tél. : (416) 973-5001
Téléc. : (416) 954-6646
hohn.brigitte@ic.gc.ca

Directrice générale
Initiative fédérale de développement économique dans le Nord de l'Ontario
Louise Paquette
Tél. : (705) 671-0723
Téléc. : (705) 670-6103
paquette.louise@ic.gc.ca

Directeur exécutif
Région des Prairies et du Nord
Glenn Fields
Tél. : (780) 495-2951
Téléc. : (780) 495-4582
fields.glenn@ic.gc.ca

Directeur exécutif
Région du Pacifique
Bruce Drake
Tél. : (604) 666-1400
Téléc. : (604) 666-8330
drake.bruce@ic.gc.ca

Directrice générale
Direction générale des ressources humaines
Cathy Downes
Tél. : (613) 954-5474
Téléc. : (613) 952-0239
downes.cathy@ic.gc.ca

Directeur exécutif
Partenariat technologique Canada
Jeffrey Parker
Tél. : (613) 941-6747
Téléc. : (613) 954-9117
parker.jeffrey@ic.gc.ca

Directrice générale
Direction générale des communications
Marie Bédard
Tél. : (613) 947-2597
Téléc. : (613) 947-3390
bedard.marie@ic.gc.ca

Président
Centre de recherches sur les communications Canada
Gerry Turcotte
Tél. : (613) 990-3929
Téléc. : (613) 990-7983
gerry.turcotte@crc.ca

Agent principal de l'information
Bureau principal de l'information
Vinita Watson
Tél. : (613) 954-3574
Téléc. : (613) 941-1938
watson.vinita@ic.gc.ca

Sous-ministre adjoint
Droit des affaires et conseiller juridique auprès du ministère de l'Industrie
J. Edward Thompson
Tél. : (613) 954-3946
Téléc. : (613) 952-9668
thompson.je@ic.gc.ca

Commissaire de la concurrence
Bureau de la concurrence
Konrad von Finckenstein
Tél. : (819) 997-3301
Téléc. : (819) 953-5013
vonfinckenstein.konrad@ic.gc.ca

Sous-ministre adjoint
Secteur de la politique industrielle et scientifique
Andreï Sulzenko
Tél. : (613) 995-9605
Téléc. : (613) 995-2233
sulzenko.andrei@ic.gc.ca

Sous-ministre adjoint
Secteur de l'industrie
John Banigan
Tél. : (613) 954-3798
Téléc. : (613) 941-1134
banigan.john@ic.gc.ca

Sous-ministre adjoint
Secteur du spectre, des technologies de l'information et des télécommunications
Michael Binder
Tél. : (613) 998-0368
Téléc. : (613) 952-1203
binder.michael@ic.gc.ca

6.6 Bureaux régionaux d'Industrie Canada

La dernière liste est disponible sur le Web (http://www.ic.gc.ca/regionaux)

ADMINISTRATION CENTRALE

Industrie Canada
Édifice C.D.-Howe
235, rue Queen
Ottawa (Ontario) K1A 0H5
Tél. : (613) 954-2788
Téléc. : (613) 954-1894

RÉGION DE L'ATLANTIQUE

Industrie Canada
10th Floor
John Cabot Building
10 Barter's Hill
P.O. Box 8950
St. John's (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-4866
Téléc. : (709) 772-5093

Industrie Canada
2nd Floor
100 Sydney Street
P.O. Box 40
Charlottetown
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7K2
Tél. : (902) 566-7382
Téléc. : (902) 566-7450

Industrie Canada
Suite 1605
1505 Barrington Street
Maritime Centre
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 3K5
Tél. : (902) 426-3458
Téléc. : (902) 426-2624

Adresse postale :
P.O. Box 940, Station M
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9

Industrie Canada
1045, rue Main, 4e étage
Bureau 103
Moncton (Nouveau-Brunswick)
E1C 1H1
Tél. : (506) 851-6517
Téléc. : (506) 851-6502

RÉGION DU QUÉBEC

Industrie Canada
5, Place Ville-Marie, 7e étage
Montréal (Québec) H3B 2G2
Tél. : (514) 496-1797
Téléc. : (514) 283-2247

RÉGION DE L'ONTARIO

Industrie Canada
151, rue Yonge, 4e étage
Toronto (Ontario) M5C 2W7
Tél. : (416) 973-5000
Téléc. : (416) 973-8714

RÉGION DU NORD DE L'ONTARIO

FedNor
19, rue Lisgar, bureau 307
Sudbury (Ontario) P3E 3L4
Tél. : (705) 671-0711
Sans frais : 1 877 333-6673
Téléc. : (705) 671-0717

FedNor
Place Roberta-Bondar
70, promenade Foster
Bureau 600
Sault Ste. Marie (Ontario)
P6A 6V4
Tél. : (705) 941-2014
Sans frais : 1 877 333-6673
Téléc. : (705) 941-2085

FedNor
244, rue Lincoln
Thunder Bay (Ontario)
P7B 5L2
Tél. : (807) 766-1800
Sans frais : 1 877 333-6673
Téléc. : (807) 346-8474

RÉGION DES PRAIRIES ET DU NORD

Industrie Canada
400, avenue St. Mary, 4e étage
Winnipeg (Manitoba) R3C 4K5
Tél. : (204) 983-5851
Téléc. : (204) 983-3182

Industrie Canada*
Immeuble Qumugjuk
Iqaluit (Nunavut) X0A 0H0

* Les téléphones seront branchés au cours de l'hiver 2001.

Industrie Canada
7th Floor
123 Second Avenue South
Saskatoon (Saskatchewan)
S7K 7E6
Tél. : (306) 975-4400
Téléc. : (306) 975-6727

Industrie Canada
Suite 1020
2002 Victoria Avenue
Regina (Saskatchewan)
S4P 0R7
Tél. : (306) 780-5010
Téléc. : (306) 780-6506

Industrie Canada
Suite 725
9700 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta) T5J 4C3
Tél. : (403) 495-4782
Téléc. : (403) 495-4507

Industrie Canada
Suite 400
639–5th Avenue SW
Calgary (Alberta) T2P 0M9
Tél. : (403) 292-4575
Téléc. : (403) 292-4295

Industrie Canada
Suite 1006
4920–52nd Street
Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest) X1A 3T1
Tél. : (867) 920-6604
Téléc. : (867) 920-6601

RÉGION DU PACIFIQUE (COLOMBIE-BRITANNIQUE ET YUKON)

Industrie Canada
Suite 2000
300 West Georgia Street
Vancouver (Colombie-Britannique) V6B 6E1
Tél. : (604) 666-5000
Téléc. : (604) 666-8330

Industrie Canada
Suite 205
300 Main Street
Whitehorse (Yukon) Y1A 2B5
Tél. : (867) 667-5102
Téléc. : (867) 393-6711

6.7 Centres de commerce international

TERRE-NEUVE

St. John's

Centre de commerce international
Industrie Canada
10th Floor
John Cabot Building
Phase II, 10 Barter's Hill
P.O. Box 8950
St. John's (Terre-Neuve)
A1B 3R9
Tél. : (709) 772-5511
Téléc. : (709) 772-5093

Personne-ressource :
Patricia Hearn
Déléguée commerciale principale
Tél. : (709) 772-4866
hearn.patricia@ic.gc.ca

ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Charlottetown

Centre de commerce international
Industrie Canada
100 Sydney Street
Charlottetown
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 1G3
Tél. : (902) 566-7382
Téléc. : (902) 566-7098

Adresse postale :
P.O. Box 40
Charlottetown
(Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7K2

Personne-ressource :
Charlotte Murray
Directrice provinciale et déléguée commerciale principale
Tél. : (902) 566-7382
murray.charlotte@ic.gc.ca

NOUVELLE-ÉCOSSE

Halifax

Centre de commerce international
Industrie Canada
5th Floor
World Trade and Convention Centre
1800 Argyle Street
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9
Tél. : (902) 426-7540
Téléc. : (902) 426-5218

Adresse postale :
P.O. Box 940, Station M
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2V9

Personne-ressource :
Alison Tait
Déléguée commerciale principale
Tél. : (902) 426-6660
tait.alison@ic.gc.ca

NOUVEAU-BRUNSWICK

Moncton

Centre de commerce international
Industrie Canada
1045, rue Main
Bureau 103
Moncton (Nouveau-Brunswick) E1C 1H1
Tél. : (506) 851-6452
Téléc. : (506) 851-6429

Personne-ressource :
Paul LeBlanc
Délégué commercial principal
Tél. : (506) 851-6440
leblanc.paul@ic.gc.ca

QUÉBEC

Montréal

Centre de commerce international
Industrie Canada
5, Place Ville-Marie
7e étage
Montréal (Québec)
H3B 2G2
Tél. : (514) 283-6328
Téléc. : (514) 283-8794

Personne-ressource :
Michel Charland
Directeur des opérations
Tél. : (514) 283-3531
charland.michel@ic.gc.ca

ONTARIO

Toronto

Centre de commerce international
Industrie Canada
151, rue Yonge, 4e étage
Toronto (Ontario)
M5C 2W7
Tél. : (416) 973-5053
Téléc. : (416) 973-8161

Personne-ressource :
Conrad Paquette
Directeur, gestion internationale des affaires et délégué commercial principal
Tél. : (416) 954-6326
paquette.conrad@ic.gc.ca

Personne-ressource :
Pam Piercey
Directrice associée
Tél. : (416) 952-1289
piercey.pam@ic.gc.ca

MANITOBA

Winnipeg

Centre de commerce international
Industrie Canada
400, avenue St. Mary
4e étage
Winnipeg (Manitoba)
R3C 4K5
Tél. : (204) 983-5851
Téléc. : (204) 983-3182

Adresse postale :
P.O. Box 981
Winnipeg (Manitoba)
R3C 2V2

Personne-ressource :
Merv Meadows
Délégué commercial principal
Tél. : (204) 983-4099
meadows.merv@ic.gc.ca

SASKATCHEWAN

Saskatoon

Centre de commerce international
Industrie Canada
7th Floor
Princeton Tower
123 Second Avenue South
Saskatoon
(Saskatchewan)
S7K 7E6
Tél. : (306) 975-5315
Téléc. : (306) 975-5334

Personne-ressource :
Lynne Tait
Déléguée commerciale principale
Tél. : (306) 975-4343
tait.lynne@ic.gc.ca

Regina

Centre de commerce international
Industrie Canada
Suite 320
1801 Hamilton Street
P.O. Box 3750
Regina (Saskatchewan)
S4P 3N9
Tél. : (306) 780-6325
Téléc. : (306) 780-8797

Personne-ressource :
Mona Taylor
Déléguée commerciale
Tél. : (306) 780-6124
taylor.mona@ic.gc.ca

ALBERTA ET RÉGION DU NORD

Edmonton

Centre de commerce international
Industrie Canada
Suite 725
Canada Place
9700 Jasper Avenue
Edmonton (Alberta)
T5J 4C3
Tél. : (780) 495-2994
Téléc. : (780) 495-4507

Personne-ressource :
Reid Henry
Directeur, gestion internationale des affaires
Tél. : (780) 495-4415
henry.reid@ic.gc.ca

Calgary

Centre de commerce international
Industrie Canada
Suite 300
639–5th Avenue SW
Calgary (Alberta) T2P 0M9
Tél. : (403) 292-4575
Téléc. : (403) 292-4578

Adresse postale :
Suite 400
639-5th Avenue S.W.
Calgary (Alberta)
T2P 0M9

Personne-ressource :
Jessie Hislop
Déléguée commerciale principale
Tél. : (403) 292-6409
hislop.jessie@ic.gc.ca

COLOMBIE-BRITANNIQUE ET YUKON

Vancouver

Centre de commerce international
Industrie Canada
Suite 2000
300 West Georgia Street
Vancouver (Colombie-Britannique) V6B 6E1
Tél. : (604) 666-0434
Téléc. : (604) 666-0954

Personne-ressource :
Michael Spencer
Directeur et délégué commercial principal
Tél. : (604) 666-8888
spencer.michael@ic.gc.ca

6.8 Centres de services aux entreprises du Canada

Téléphone : 1 888 576-4444
Info-FAX : 1 888 449-5444
Site Web : http://www.rcsec.org

COLOMBIE-BRITANNIQUE

Centre de services aux entreprises
Canada – Colombie-Britannique
601 West Cordova Street
Vancouver (Colombie-Britannique) V6B 1G1
http://www.sb.gov.bc.ca

ALBERTA

Liaison Entreprise
Centre de services aux entreprises
Suite 100
10237–104 Street NW
Edmonton (Alberta) T5J 1B1
http://www.rcsec.org/alberta

SASKATCHEWAN

Centre de services aux entreprises
Canada – Saskatchewan
122–3rd Avenue North
Saskatoon (Saskatchewan) S7K 2H6
http://www.rcsec.org/sask

MANITOBA

Centre de services aux entreprises
Canada – Manitoba
250 – 240 Graham Avenue
P.O. Box 2609
Winnipeg (Manitoba) R3C 4B3
http://www.rcsec.org/manitoba

ONTARIO

Centre de services aux entreprises
Canada – Ontario
Toronto (Ontario) M5C 2W7
http://www.rcsec.org/ontario

QUÉBEC

Info entrepreneurs
5, Place Ville-Marie
Bureau 12500, niveau Plaza
Montréal (Québec) H3B 4Y2
http://www.infoentrepreneurs.org

NOUVELLE-ÉCOSSE

Centre de services aux entreprises
Canada – Nouvelle-Écosse
1575 Brunswick Street
Halifax (Nouvelle-Écosse) B3J 2G1
http://www.rcsec.org/ns

NOUVEAU-BRUNSWICK

Centre de services aux entreprises
Canada – Nouveau-Brunswick
570, rue Queen
Fredericton (Nouveau-Brunswick) E3B 6Z6
http://www.rcsec.org/nb

ÎLE-DU-PRINCE-ÉDOUARD

Centre de services aux entreprises
Canada – Île-du-Prince-Édouard
75 Fitzroy Street
P.O. Box 40
Charlottetown (Île-du-Prince-Édouard)
C1A 7K2
http://www.rcsec.org/pe

TERRE-NEUVE

Centre de services aux entreprises
Canada – Terre-Neuve et Labrador
90 O'Leary Avenue
P.O. Box 8687
St. John's (Terre-Neuve) A1B 3T1
http://www.rcsec.org/nf

TERRITOIRES DU NORD-OUEST

Centre de services aux entreprises
Canada – Territoires du Nord-Ouest
8th Floor, Scotia Centre
P.O. Box 1320
Yellowknife (Territoires du Nord-Ouest)
X1A 2L9
http://www.rcsec.org/tno

YUKON

Centre de services aux entreprises
Canada – Yukon
201–208 Main Street
Whitehorse (Yukon) Y1A 2A9
http://www.rcsec.org/yukon

NUNAVUT

Centre de services aux entreprises
Canada – Nunavut
1088 Noble House, Entrance E
P.O. Box 1000, Station 1198
Iqaluit (Nunavut) X0A 0H0
http://www.rcsec.org/nunavut

Annexe A

Tableau de concordance d'Industrie Canada : objectifs stratégiques par secteur d'activité*

Innovation : Améliorer la performance du Canada sur le plan de l'innovation

Résultats clés	Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	PM	DSI	RSAM
Amener tous les secteurs de l'économie à reconnaître davantage que l'innovation constitue un facteur de réussite déterminant	Nombre d'organismes canadiens n'ont pas encore compris que, dans l'économie du savoir, le développement de produits et de procédés novateurs est la clé du succès sur le marché mondial.	✔	✔	
Enrichir les connaissances, en particulier dans les domaines offrant de bonnes possibilités	Le Canada fait piètre figure parmi les pays industrialisés en ce qui concerne l'ampleur de la recherche effectuée, en particulier par le secteur privé, celle-ci étant concentrée dans un nombre plutôt restreint d'entreprises.	✔	✔	
Accélérer la commercialisation et l'adoption de procédés et de produits novateurs par les organismes canadiens	De façon générale, le Canada tarde davantage que ses concurrents à commercialiser les résultats de la recherche et à adopter des technologies et des procédés nouveaux.	✔	✔	
Encourager la mise au point et l'application de pratiques et de technologies visant une éco-efficacité accrue au Canada	De façon générale, les organismes canadiens accusent un retard par rapport à leurs concurrents étrangers en ce qui a trait à l'adoption de pratiques et de technologies environnementales visant à une éco-efficacité accrue, de même qu'au chapitre de la sensibilisation de la population et de la R-D dans ce domaine.	✔	✔	✔

* La dernière page de l'annexe A fournit des détails sur les objectifs des différents secteurs d'activité.

PM = Politique microéconomique **DSI** = Développement sectoriel de l'industrie **RSAM** = Règlements et services axés sur le marché

Connectivité : Faire du Canada le pays le plus branché du monde

Résultats clés	Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	PM	DSI	RSAM
Relier les Canadiens entre eux et au reste du monde d'une manière abordable et accessible	Les Canadiens ne bénéficient pas tous d'un accès universel à prix abordable aux services de télécommunications, à Internet ou aux nouveaux systèmes et services de pointe, ce qui réduit les possibilités économiques et sociales et contribue au fossé numérique.	✔	✔	✔
	Nombre de régions rurales et éloignées ne disposent pas d'une infrastructure de pointe et pourraient éprouver des difficultés à surmonter les obstacles financiers et technologiques sans l'aide du gouvernement fédéral.		✔	
	Les Canadiens qui ne maîtrisent pas suffisamment le langage numérique risquent de ne pas profiter pleinement de l'économie du savoir.		✔	
Créer un environnement de calibre mondial pour le commerce électronique	Dans l'élaboration de politiques et la mise au point de procédés, il faut se maintenir à la fine pointe pour relever en temps opportun les défis propres à l'évolution d'Internet et à l'économie du savoir.	✔		✔
	Les entreprises et les consommateurs doutent encore de la sécurité et de la confidentialité des transactions commerciales électroniques.		✔	✔
	Il faut continuer de viser l'harmonisation internationale des lois, des politiques et des pratiques qui favorisent la sécurité des transactions et la protection des renseignements personnels.		✔	✔
	Les entreprises ne sont pas vraiment conscientes des avantages du commerce électronique et les consommateurs tardent à l'adopter pour effectuer leurs transactions.	✔	✔	✔
	Il y a trop peu de fournisseurs canadiens de solutions, d'applications et de services relatifs au commerce électronique dans Internet pour répondre aux besoins du marché.		✔	

PM = Politique microéconomique **DSI** = Développement sectoriel de l'industrie **RSAM** = Règlements et services axés sur le marché

Résultats clés	Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	PM	DSI	RSAM
Maximiser les applications et le contenu numérique canadiens en ligne	Il faut accroître la quantité et améliorer la qualité des applications, des collections, de l'information et des services multimédias se rapportant au Canada et aux Canadiens. L'un des principaux défis consiste à offrir davantage de contenu communautaire, de contenu en français et de possibilités d'apprentissage en ligne.	✔	✔	
	À l'heure actuelle, La production de contenu en ligne au Canada ne répond pas aux besoins intérieurs en matière de produits et de services d'information. Les entreprises de services Internet au pays risquent fort d'accuser un retard par rapport à la concurrence étrangère.		✔	
	Il y a de nouvelles occasions à saisir pour favoriser davantage le perfectionnement des compétences et la réalisation d'expériences multimédias dans toutes les régions et toutes les collectivités canadiennes.		✔	
Offrir en ligne, de façon intégrée, davantage de services gouvernementaux clés et d'information aux entreprises et aux consommateurs	Les renseignements et les services clés du gouvernement ne sont pas tous accessibles en ligne.		✔	✔
	Il faut améliorer l'accessibilité et la convivialité des services et des renseignements actuellement offerts en ligne.		✔	✔
	Il faut mieux coordonner et relier les services et l'information entre les divers ordres de gouvernement (fédéral, provincial, territorial et municipal).			✔

PM = Politique microéconomique **DSI** = Développement sectoriel de l'industrie **RSAM** = Règlements et services axés sur le marché

Marché : Créer un marché équitable, efficace et concurrentiel

Résultats clés	Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	PM	DSI	RSAM
Établir des structures de marché équitables, efficaces et concurrentielles de calibre mondial répondant aux besoins des entreprises, des consommateurs et des investisseurs	Les structures de marché doivent être renouvelées en fonction et en prévision de l'évolution de la technologie et des arrangements commerciaux, de la réforme de la réglementation, de la mondialisation croissante et de l'évolution de la conjoncture sociale.	✔	✔	✔
S'assurer que le marché fonctionne conformément aux lois, règlements, politiques et procédures cadres	Les nouveaux types de conduite sur le marché, qui découlent des changements technologiques, des innovations en affaires et de l'évolution du contexte juridique, obligent à modifier de façon novatrice le fonctionnement de la structure du marché.	✔		✔
Renforcer la confiance dans le marché	Il y a des lacunes à combler en matière de renseignements, de services ainsi que de mécanismes de traitement des plaintes et de recours transparents, équitables, conviviaux et accessibles, en fonction et en prévision de la diversité et des exigences des intervenants et de la complexité croissante du marché.			✔

PM = Politique microéconomique **DSI** = Développement sectoriel de l'industrie **RSAM** = Règlements et services axés sur le marché

Investissement : Promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement intérieur et étranger

Résultats clés	Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	PM	DSI	RSAM
Améliorer le climat d'investissement intérieur et étranger	Il faut éliminer les obstacles réglementaires réels et perçus à l'investissement étranger et intérieur (p. ex., concernant l'environnement, le marché, l'immigration, la fiscalité et la propriété intellectuelle) sans porter atteinte à l'intégrité de l'intention de la réglementation.	✔	✔	
	Il faut mieux connaître et mieux comprendre les principaux obstacles à l'investissement.	✔	✔	
	Il faut établir des partenariats stratégiques plus solides et plus nombreux pour améliorer le climat d'investissement.		✔	
Positionner le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement	Le Canada n'est pas automatiquement présent dans l'esprit de nombreux investisseurs; peu sensibilisées, les entreprises ne l'envisagent pas suffisamment comme lieu favorable aux investissements.		✔	
	Les partenaires et d'autres parties intéressées fournissent peu de données comparatives utiles sur les possibilités d'investissement au pays.		✔	
	Ils ne cherchent pas à promouvoir de façon soutenue les messages fondamentaux.		✔	

PM = Politique microéconomique **DSI** = Développement sectoriel de l'industrie **RSAM** = Règlements et services axés sur le marché

Investissement : Promouvoir davantage le Canada comme lieu de prédilection pour l'investissement intérieur et étranger (suite)

Résultats clés	Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	PM	DSI	RSAM
Attirer de nouveaux investissements des multinationales, tout en les incitant à maintenir leurs investissements actuels	Il faut que les entreprises étrangères qui dominent dans les secteurs clés investissent davantage au Canada.		✔	
	Les multinationales en activité au Canada doivent être incitées à y réinvestir.		✔	
	Il faut acquérir une capacité systématique et bien coordonnée pour recueillir des renseignements commerciaux stratégiques et cohérents à l'intention d'éventuels investisseurs sérieux.		✔	
	Il y a lieu d'établir des partenariats plus solides et de mieux coordonner les efforts relatifs à l'investissement des parties intéressées, y compris le secteur public (aux paliers fédéral, provincial, territorial et municipal), les ONG (p. ex., les universités et les établissements de recherche) et le secteur privé.		✔	
Accroître l'investissement des PME et des entreprises autochtones	Il faut améliorer la capacité des collectivités de stimuler l'investissement des PME et des groupes cibles, en particulier dans le Nord et les régions rurales de l'Ontario et parmi les Autochtones.		✔	
	La capacité des entreprises est insuffisante, notamment en matière de marketing et de promotion.			
	L'accès au capital des PME et des entreprises autochtones est inadéquat.		✔	
	Il y a peu de capital de risque disponible.		✔	

PM = Politique microéconomique **DSI** = Développement sectoriel de l'industrie **RSAM** = Règlements et services axés sur le marché

Commerce : Travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux

Résultats clés	Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	PM	DSI	RSAM
Maintenir et améliorer l'accès aux marchés	Les entreprises canadiennes se heurtent à des obstacles au commerce sur les marchés étrangers.	✔	✔	✔
	Les restrictions sur le marché intérieur empêchent les entreprises d'atteindre la masse critique nécessaire pour conquérir les marchés internationaux et défavorisent les entreprises canadiennes sur leur propre marché par rapport à leurs concurrents.	✔	✔	✔
	L'harmonisation des normes, des politiques et des règlements comporte diverses lacunes.	✔	✔	✔
	L'Accord sur le commerce intérieur fait abstraction de plusieurs obstacles et de différents secteurs, notamment celui de l'énergie.	✔	✔	✔
Améliorer la capacité d'exportation et le degré de préparation des exportateurs	Les exportateurs potentiels ne sont pas toujours conscients des avantages liés à l'exportation ou encore ne connaissent pas toujours les pratiques et les mécanismes en matière d'exportation.		✔	
	Les plus petites entreprises, notamment dans les industries à forte concentration de savoir, éprouvent des difficultés à trouver de l'aide lorsqu'elles tentent de prendre de l'expansion sur les marchés internationaux.		✔	

PM = Politique microéconomique **DSI** = Développement sectoriel de l'industrie **RSAM** = Règlements et services axés sur le marché

Commerce : Travailler avec les Canadiens à accroître la part du Canada sur les marchés mondiaux (suite)

Résultats clés	Défis à relever et lacunes à combler pendant la période de planification	PM	DSI	RSAM
Développer les marchés étrangers	Un plus grand nombre d'entreprises canadiennes doivent prendre conscience des débouchés à l'étranger et passer rapidement à l'action pour les saisir. Elles ont besoin : • d'obtenir des informations, notamment des renseignements commerciaux, sur les marchés et les possibilités de débouchés à l'étranger qui peuvent les aider à prendre des décisions d'affaires éclairées, à avoir accès à de nouveaux marchés et à accroître leurs ventes à l'exportation; • de disposer de personnes-ressources et de réseaux facilitant l'accès aux marchés étrangers; • de comprendre les approches novatrices qu'elles peuvent employer pour développer leurs activités internationales.		✔	
Stimuler de façon plus coordonnée et concertée l'expansion du commerce international	Le Ministère doit intégrer davantage ses programmes de promotion du commerce, améliorer la coordination et l'intégration des activités avec ses partenaires par l'intermédiaire d'Équipe Canada inc et mieux faire connaître et commercialiser les services offerts par les partenaires de l'Équipe.		✔	

PM = Politique microéconomique **DSI** = Développement sectoriel de l'industrie **RSAM** = Règlements et services axés sur le marché

Les objectifs des trois principaux secteurs d'activité dont fait état le tableau de concordance sont les suivants :

Politique microéconomique

Le Secteur d'activité a pour objectif de s'attaquer aux grandes questions structurelles de développement économique se posant dans l'économie canadienne, pour accroître la productivité et la compétitivité et, par conséquent, stimuler la croissance et la création d'emplois.

Développement sectoriel de l'industrie

Le secteur d'activité aide les entreprises à soutenir la concurrence en adoptant des stratégies sur le commerce, l'investissement, la technologie, le perfectionnement des ressources humaines et le développement durable. Il accorde par ailleurs un appui bien déterminé aux entreprises autochtones et aux petites entreprises et il veille à favoriser le développement économique du Nord de l'Ontario et l'aménagement de l'inforoute.

Règlements et services axés sur le marché

Le Secteur d'activité a pour objectifs de favoriser l'instauration d'un marché équitable, efficace et concurrentiel pour les entreprises et les consommateurs canadiens et de faire connaître les normes du marché canadien sur la scène internationale.

Annexe B

DÉCLARATION DE LA DIRECTION

Rapport sur les plans et les priorités de 2001-2002

Je soumets, en vue de son dépôt au Parlement, le Rapport sur les plans et les priorités de 2001-2002 d'Industrie Canada.

À ma connaissance, les renseignements contenus dans ce rapport :

- décrivent fidèlement le mandat, les priorités, les stratégies de l'organisation et les résultats escomptés par celle-ci;
- sont conformes aux principes de divulgation de l'information énoncés dans les *Lignes directrices pour la préparation du rapport sur les plans et les priorités de 2001-2002*;
- sont complets et exacts;
- sont fondés sur de bons systèmes d'information et de gestion.

Je suis satisfaite des méthodes et des procédures d'assurance de la qualité qui ont été utilisées pour produire le RPP.

Les ministres du Conseil du Trésor ont approuvé la Structure de planification, de rapport et de responsabilisation (SPRR) sur laquelle s'appuie le présent document et qui sert de fondement à la reddition de comptes sur les résultats obtenus au moyen des ressources et des pouvoirs fournis.

Jennifer Benimadhu
Contrôleur général

Date Feb. 19, 2001

Annexe C

Sites Web mentionnés dans le Rapport sur les plans et les priorités

Accès à l'information et protection des renseignements personnels	**http://www.ic.gc.ca/aiprp**
Bulletin d'information sur le continuum d'observation de la loi	**http://strategis.gc.ca/SSGF/ct01768f.html**
Bureau de la concurrence	**http://concurrence.ic.gc.ca**
Bureau du conseiller en éthique	**http://strategis.gc.ca/ethique**
Bureau du surintendant des faillites Canada	**http://osb-bsf.ic.gc.ca**
Bureaux régionaux d'Industrie Canada	**http://www.ic.gc.ca/regionaux**
Camp de l'inforoute, des sciences et de l'entrepreneurship	**http://rescol.ca/ise**
Canadian Institute for Advanced Research (en anglais seulement)	**http://www.ciar.ca**
CANARIE inc.	**http://www.canarie.ca**
Carte du commerce canadien	**http://commercecan.ic.gc.ca**
Cartes routières technologiques	**http://strategis.gc.ca/crt**
Centre de services aux entreprises du Canada – Alberta	**http://www.rcsec.org/alberta**
Centre de services aux entreprises du Canada – Colombie-Britannique	**http://www.sb.gov.bc.ca**
Centre de services aux entreprises du Canada – Île-du-Prince-Édouard	**http://www.rcsec.org/pe**
Centre de services aux entreprises du Canada – Manitoba	**http://www.rcsec.org/manitoba**
Centre de services aux entreprises du Canada – Nouveau-Brunswick	**http://www.rcsec.org/nb**
Centre de services aux entreprises du Canada – Nouvelle-Écosse	**http://www.rcsec.org/ns**
Centre de services aux entreprises du Canada – Nunavut	**http://www.rcsec.org/nunavut**
Centre de services aux entreprises du Canada – Ontario	**http://www.rcsec.org/ontario**
Centre de services aux entreprises du Canada – Québec	**http://www.infoentrepreneurs.org**
Centre de services aux entreprises du Canada – Saskatchewan	**http://www.rcsec.org/sask**
Centre de services aux entreprises du Canada – Terre-Neuve	**http://www.rcsec.org/nf**
Centre de services aux entreprises du Canada – Territoires du Nord-Ouest	**http://www.rcsec.org/tno**
Centre de services aux entreprises du Canada – Yukon	**http://www.rcsec.org/yukon**
Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC)	**http://www.rcsec.org**
Centres de services aux entreprises du Canada – Rapport annuel 1999-2000	**http://www.rcsec.org/rapport_annuel**
Centre des occasions d'affaires internationales	**http://www.iboc.gc.ca/menu-f.asp**
Code de pratique canadien des services de cartes de débit	**http://strategis.gc.ca/SSGF/ca01581f.html**
Collections numérisées du Canada	**http://collections.ic.gc.ca**
Collectivités ingénieuses	**http://collectivitesingenieuses.ic.gc.ca**
Comité consultatif canadien de la biotechnologie	**http://strategis.gc.ca/SSGF/bh00255f.html**

Commerce électronique au Canada	**http://strategis.gc.ca/com-e**
Compétence.ca	**http://competence.ca**
Conference Board du Canada (en anglais seulement)	**http://www.conferenceboard.ca**
Contact!	**http://strategis.gc.ca/contact-f**
Cyberjeunes Canada International	**http://www.brancher.gc.ca/fr/710-f.htm**
Cyberjeunes Canada international	**http://www.netcorps-cyberjeunes.org**
DÉBUT-é.ca — *Strategis* pour étudiants	**http://strategis.gc.ca/debut-e.ca**
Développement durable	**http://strategis.gc.ca/dd**
Direction générale des corporations	**http://strategis.gc.ca/corporations**
Données sur le commerce en direct	**http://strategis.gc.ca/dcd**
Employeurs en ligne	**http://employeurs.gc.ca**
Enregistrement des lobbyistes	**http://strategis.gc.ca/lobbyiste**
Entreprise autochtone Canada	**http://strategis.gc.ca/eac**
Équipe Canada inc	**http://exportsource.ca**
Équipes sectorielles commerciales Canada	**http://ttcs.ic.gc.ca**
Étapes vers la compétitivité	**http://strategis.gc.ca/etapes**
Étapes vers le capital de croissance	**http://strategis.gc.ca/croissance**
Étudiants bien branchés	**http://scp-ebb.com**
ExportSource	**http://exportsource.ca**
FedNor	**http://strategis.gc.ca/fednor**
Foires-info pour la petite entreprise	**http://strategis.gc.ca/sc_mangb/fairs/frndoc/homepage.html**
Génome Canada	**http://www.genomecanada.ca**
Gestion du spectre radioélectrique et des télécommunications	**http://strategis.gc.ca/spectre**
Groupe de travail national sur les services à large bande	**http://largebande.gc.ca**
Guide des industries canadiennes	**http://strategis.gc.ca/gic**
Guide des services et des programmes du Canada à l'attention de la petite entreprise	**http://strategis.gc.ca/sc_mangb/smeguide**
Industries de services du Canada et négociations commerciales internationales	**http://services2000.ic.gc.ca**
Initiative fédérale de développement économique dans le Nord de l'Ontario (FedNor)	**http://strategis.gc.ca/SSGF/fn00365f.html**
Innovation au Canada	**http://www.ic.gc.ca/scdt/innovation/interface2.nsf/frndoc/0.html**
Instaurer la confiance dans l'économie numérique	**http://e-com.ic.gc.ca/francais/crypto/631d15.html**
Investir au Canada	**http://investiraucanada.gc.ca**
Investissement	**http://investiraucanada.gc.ca**
Le client d'abord par le Bureau de la consommation	**http://strategis.gc.ca/SSGF/ca00864f.html**
Les chemins de la croissance : possibilités dans le secteur de la biotechnologie	**http://strategis.gc.ca/SSGF/bo01604f.html**

Lignes directrices pour l'application de la Loi-Abus de position dominante	**http://strategis.gc.ca/SSGF/ct01756f.html**
Mesures Canada	**http://mc.ic.gc.ca**
National Aboriginal Capital Corporation Association (en anglais seulement)	**http://www.nacca.net/aboutus.htm**
Norme relative à l'étiquetage volontaire des aliments issus ou non de modifications génétiques	**http://w3.tpsgc.gc.ca/cgsb/032_025/index_f.html**
Office de la propriété intellectuelle du Canada	**http://opic.gc.ca**
Ordinateurs pour les écoles	**http://rescol.ca/cfs-ope**
Partenariat technologique Canada	**http://ptc.ic.gc.ca**
Passerelle d'information pour le consommateur canadien	**http://www.infoconsommation.ca**
Passerelle de la biotechnologie internationale	**http://strategis.gc.ca/SSGF/bo01376f.html**
Personnes-ressources	**http://www.ic.gc.ca/personnes-ressources**
Politique sur le commerce international et l'investissement	**http://strategis.gc.ca/SSGF/bi18509f.html**
Portaildesaffaires.ca	**http://portaildesaffaires.ca**
PRECARN	**http://www.precarn.ca**
Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique	**http://strategis.gc.ca/SSGF/ca01180f.html**
Programme d'accès communautaire	**http://pac.ic.gc.ca**
Programme emploi jeunesse de Rescol	**http://www.rescol.ca/pej/f**
Recherche, technologie et innovation	**http://strategis.gc.ca/innovationf**
Renseignements pour les consommateurs	**http://strategis.gc.ca/consommateur**
Rescol	**http://www.rescol.ca**
Réseau des entreprises canadiennes	**http://strategis.gc.ca/rec**
Societé pour l'attribution des noms de domaine et numéros sur Internet (en anglais seulement)	**http://www.icann.com**
SourceCAN	**http://www.sourcecan.com**
Sources de financement	**http://strategis.gc.ca/sources**
Statistiques relatives à l'industrie canadienne	**http://strategis.gc.ca/sic**
Stratégie canadienne en matière de biotechnologie (SCB)	**http://strategis.gc.ca/scb**
Stratégie emploi jeunesse	**http://www.jeunesse.gc.ca/yesinfo/index_f.html**
Stratégie pour l'utilisation sécuritaire, prudente et responsable d'Internet	**http://www.brancher.gc.ca/cyberaverti**
Strategis	**http://strategis.gc.ca**
Système d'aide au démarrage d'une entreprise	**http://sade.rcsec.org**
Un Canada branché	**http://www.brancher.gc.ca**
VolNet	**http://www.connect.gc.ca/fr/230-f.htm**
VolNet	**http://www.volnet.org**

Index

Accès à l'information et protection des renseignements personnels 14
Accès au capital 47, 66
Accès légitime 66
Accord de libre-échange des Amériques (ALEA) 43
Accord de libre-échange nord-américain (ALENA) 6, 10, 35, 40, 42, 43
Accord sur le commerce intérieur 50, 105
Accords de protection des investissements étrangers (APIE) 43
Administration des droits à l'information et à la protection des renseignements personnels 14
Administrations provinciales et territoriales 13, 38
Administrations provinciales 88
Affaires étrangères et Commerce international Canada (MAECI) 41, 48, 49, 68, 70, 71
Affaires indiennes et du Nord canadien (AINC) 48, 66, 68, 70, 72
Agence canadienne de développement international (ACDI) 48, 68, 70, 71
Agence de promotion économique du Canada atlantique (APECA) 1, 48, 55, 66, 68, 70, 71, 92
Agence des douanes et du revenu du Canada 48, 68, 70, 74
Agence spatiale canadienne 1, 27
Agissements anticoncurrentiels des transporteurs aériens 39
Agriculture et Agroalimentaire Canada (AAC) 41, 48, 68, 70, 71, 74
Aide financière aux groupes de défense des consommateurs et aux autres organismes bénévoles travaillant dans l'intérêt des consommateurs 87
Aménagement de l'inforoute 107
Amérique centrale 50
Asie 45, 73
Association canadienne des fournisseurs Internet 29
Association canadienne des spécialistes en emploi et des employeurs 69
Association des infirmières et infirmiers du Canada 69
Australie 73
Autochtones 4, 46-48, 58, 59, 66, 68, 70, 72, 84, 85, 104
Banque de développement du Canada (BDC) 1, 47, 48, 70
Banque mondiale 71
Base de données sur les activités internationales 53
Bénévoles Canada 69
Biens d'équipement 6, 40
Biotechnologie 19, 34, 52, 64
Brancher le Canada au reste du monde 24
Bureau d'éthique commerciale du Canada 72
Bureau de la concurrence 3, 12, 56
Bureau de la consommation 13, 33, 38, 56
Bureau du Conseil privé 71
Bureau du conseiller en éthique 12, 14
Bureau du surintendant des faillites Canada 12, 33
CA*net 3 .....88, 89
Campagne d'image de marque du Canada 44
Camps de l'inforoute, des sciences et de l'entrepreneurship 74
Canada branché 10, 19, 24, 26
Canada en ligne 24

Canadiens handicapés 4
CANARIE 27, 30, 72, 88
Canshare 67
Carte du commerce canadien 12
Cartes routières technologiques 12, 20, 21, 64
Centre d'éducation et de formation (Conseil scolaire du district de Peel) 69
Centre d'innovation du CRC 22
Centre de recherches pour le développement international (CRDI) 71
Centre de recherches sur les communications (CRC) 21, 72
Centre des occasions d'affaires internationales (COAI) 53
Centres de commerce international (CCI) 51, 55, 96
Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC) 13, 51, 97
Centres régionaux de génomique 89
Chaires de recherche 63
Changement climatique national 64
Chemins de la croissance 22
Chemins de la croissance : possibilités dans le secteur de la biotechnologie 19
Chemins de la croissance : possibilités dans le secteur des technologies environnementales 22, 64
Citoyenneté et Immigration Canada 68
Code de pratique canadien des services de cartes de débit 35
Code régissant la conduite des titulaires de charges publiques en ce qui concerne les conflits d'intérêts et l'après-mandat 14
Collections numérisées du Canada 30, 74
Collectivités autochtones 85
Collectivités ingénieuses 24, 27, 86
Collectivités rurales 46, 72
Collectivités rurales et urbaines 27
Comité consultatif canadien de la biotechnologie 19, 34
Comité de développement du commerce autochtone international 51
Comité interministériel Un Canada branché 68
Commerce électronique 12, 24
Commission canadienne du tourisme 1
Commission de la fonction publique 58
Commission du droit d'auteur Canada 1
Compétence.ca 69
Conference Board du Canada 7, 8, 24
Connectivité 23, 88
Conseil canadien de l'entretien des aéronefs 69
Conseil canadien des normes 1, 37
Conseil canadien des ressources humaines en tourisme 69
Conseil consultatif des sciences et de la technologie 21
Conseil d'experts en science et en technologie 21
Conseil de recherches en sciences humaines du Canada (CRSH) 1, 5
Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada (CRSNG) 1, 71
Conseil des ressources humaines du secteur culturel 69
Conseil du Trésor du Canada 68
Conseil national de recherches du Canada (CNRC) 1, 19, 48, 70, 71
Conseil national des produits agricoles 48, 70

Constitution en société de régime fédéral 56
Contact! 12
Contenu canadien en ligne 24
Contributions aux projets de recherche 87
Contributions de développement 87
Corporation commerciale canadienne 48, 70
Costa Rica 50
Cyberjeunes Canada International 27, 74, 86
Début-é.ca — *Strategis* pour étudiants 12
Des résultats pour les Canadiens et les Canadiennes 54, 55
Développement des ressources humaines Canada (DRHC) 20, 48, 68, 70-72, 74
Développement économique Canada pour les régions du Québec (DEC) 1, 48, 55, 66, 68, 70, 71, 92
Direction générale des applications de l'autoroute de l'information 56
Direction générale des corporations 12, 33, 55
Discours du Trône 1, 3-5, 31, 56
Diversification de l'économie de l'Ouest Canada (DEO) 1, 48, 55, 68, 70, 92
Données sur le commerce en direct 12
E-Leads® 53
Emploi jeunesse de Rescol 74
Employés autochtones 59
Enfants 74
Enquête sur l'innovation menée en 1999 auprès des entreprises manufacturières 20
Enregistrement des lobbyistes 12
Ententes de reconnaissance mutuelle et protocoles d'entente 50
Entreprises autochtones 12, 17, 40, 46, 47, 55, 66, 84, 104, 107
Environnement Canada 48, 68, 70, 74
Équipe Canada inc 49, 51, 53, 54, 70, 106
Équipe Canada Investissement 5, 45
Équipes sectorielles commerciales Canada 52
Établissements de crédit voués au développement des Autochtones 66
Étapes vers la compétitivité 12
Étapes vers le capital de croissance 12
États-Unis 6, 7, 10, 18, 24, 27, 42, 44, 45, 48, 50, 72, 73
Étude économique Canada 2000 7
Étudiants 58
Étudiants bien branchés 27, 29, 74, 86
Europe 5. 45, 73
ExportSource 13, 31, 51, 55, 56
Federal Bureau of Investigation des États-Unis 72
Federal Trade Commission des États-Unis 72, 75
Fédération canadienne de l'entreprise indépendante 46
Fédération canadienne des municipalités 43
FedNor 12, 27, 47, 55, 85
Femmes 47
Finlande 24
Foires commerciales virtuelles 53
Foires-info pour la petite entreprise 47
Fondation canadienne pour l'innovation (FCI) 64
Fonds d'appui technologique au développement durable (FATDD) 64

Francophonie 14, 30, 47, 58, 85, 101
G-7 ..... 24, 48
G-8 71
Garde côtière canadienne 68
Gazette du Canada 61
Gendarmerie royale du Canada (GRC) 71, 72, 74
Génome Canada 4, 64, 89
Gestion du spectre de fréquences radioélectriques 56
Gestion du spectre radioélectrique et des télécommunications 12
Gouvernements canadiens en ligne 13, 24, 31, 55, 56, 72
Groupe de travail du G-8 sur les possibilités du numérique 27, 71
Groupe de travail interministériel sur les nouveaux médias 30, 71
Groupe de travail interministériel sur les tendances du prix du pétrole et ses incidences 71
Groupe de travail national sur les services Internet à large bande 4, 24, 27, 72
Groupe de travail sur la prévention du télémarketing trompeur 71
Groupes autochtones 72
Guide des industries canadiennes 12
Industrie Canada 1, 14, 48
Inforoute 10, 24
Initiative d'accessibilité du Web du World Wide Web Consortium 31
Initiative d'amélioration du service 54, 55
Initiative de développement des entreprises autochtones 47, 66, 84
Initiative de perfectionnement professionnel des Autochtones 59
Initiative fédérale de développement économique dans le Nord de l'Ontario (FedNor) 12, 27, 47, 55, 85
Initiative sur les villes durables 53, 64
Innovation — La clé de l'économie moderne 88
Innovation au Canada 31, 56
Institut canadien de recherches avancées (ICRA) 89
Institut financier canadien de développement 53
Institutions financières autochtones 66
Internet 8, 10, 24, 25, 27-31, 39, 63, 72-74, 85, 86, 88, 100, 101
Investir au Canada 44, 56
Investissement 12
Investissement Canada 56
Investissement étranger direct (IED) 10, 40-42, 44, 46
Jeunes 8, 12, 27, 29, 30, 47, 58, 73, 74, 86, 87
Laboratoire expérimental de systèmes de communication sans fil et d'interconnexion de réseaux (WISELab) 27
Loi canadienne sur les coopératives 34, 91
Loi canadienne sur les sociétés par actions 34, 91
Loi d'exécution du budget de 1997 92
Loi de mise en œuvre de l'Accord sur la station spatiale internationale civile 92
Loi de mise en œuvre de l'Accord sur le commerce intérieur 91
Loi organique de 1987 sur le Canada atlantique 92
Loi sur Bell Canada 92
Loi sur Invcstissement Canada 91
Loi sur l'Agence de promotion économique du Canada atlantique 92
Loi sur l'Agence spatiale canadienne 92
Loi sur l'aménagement rural et le développement agricole 92

Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation 91
Loi sur l'enregistrement des lobbyistes 14, 91
Loi sur l'étiquetage des textiles 91
Loi sur l'inspection de l'électricité et du gaz 91
Loi sur l'investissement au Canada 43
Loi sur la Banque de développement du Canada 92
Loi sur la bonification d'intérêts au profit des petites entreprises 92
Loi sur la compagnie de téléphone de la Colombie-Britannique 92
Loi sur la concurrence 35, 39, 91
Loi sur la diversification de l'économie de l'Ouest canadien 92
Loi sur la faillite et l'insolvabilité 35
Loi sur la radiocommunication 91
Loi sur la réorganisation et l'aliénation de Téléglobe Canada 91
Loi sur la réorganisation et l'aliénation de Télésat Canada 91
Loi sur la restructuration du secteur des pêches de l'Atlantique 92
Loi sur la Société d'expansion du Cap-Breton 92
Loi sur la statistique 92
Loi sur le Conseil canadien des normes 92
Loi sur le Conseil de recherches en sciences humaines 92
Loi sur le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie 92
Loi sur le Conseil national de recherches 92
Loi sur le développement industriel et régional 84, 92
Loi sur le droit d'auteur 34, 91, 92
Loi sur le financement des petites entreprises du Canada 47, 91, 92
Loi sur le financement des petites entreprises du Canada (LFPEC) – Règlement sur les projets pilotes visant la location-acquisition 61
Loi sur le fonctionnement des sociétés du secteur public 91
Loi sur le marquage des bois 91
Loi sur le ministère de l'Industrie 91, 92
Loi sur le poinçonnage des métaux précieux 91
Loi sur le soutien de l'emploi 92
Loi sur le Tribunal de la concurrence 92
Loi sur les arrangements avec les créanciers des compagnies 35, 91
Loi sur les brevets 34, 91
Loi sur les chambres de commerce 91
Loi sur les corporations canadiennes 91
Loi sur les déclarations des personnes morales et des syndicats 92
Loi sur les dessins industriels 91
Loi sur les documents publics 91
Loi sur les fonctionnaires publics 91
Loi sur les inventions des fonctionnaires 91
Loi sur les langues officielles 14
Loi sur les lettres de change 91
Loi sur les liquidations et les restructurations 91
Loi sur les marques de commerce 91
Loi sur les poids et mesures 91
Loi sur les sceaux 91
Loi sur les sociétés de caisse de retraite 92
Loi sur les subventions au développement régional 92
Loi sur les syndicats ouvriers 91

Loi sur les télécommunications 91
Loi sur les topographies de circuits intégrés 91
Loi sur les zones spéciales 92
Mesures Canada 12, 33
Mexique 73
Ministère de la Consommation et du Commerce de l'Ontario 75
Ministère de la Justice du Canada 14, 66, 68, 74
Ministère des Finances du Canada 68, 71
Ministère des services aux entreprises et aux consommateurs de Nouvelle-Écosse 72
Minorités de langues officielles du Canada 14
Multinationales 17, 40-42, 45, 46, 104
Nations Unies 71
Office de la propriété intellectuelle du Canada (OPIC) 12, 33, 38, 55, 56
Ordinateurs pour les écoles 85
Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) 6, 8, 18, 20, 21, 40, 71, 73
Organisation mondiale du commerce (OMC) 34, 50
Organismes à but non lucratif 73, 74
Organismes autochtones de développement financier et commercial 84
Organismes bénévoles 87
Organismes de services axés sur le marché 33
Organismes gouvernementaux à but non lucratif 71
Organismes non gouvernementaux (ONG) 5, 38, 43, 45, 46, 51, 53, 104
Outils d'affaires 55
Partenaires d'Équipe Canada inc 48
Partenaires des consommateurs contre la téléfraude 72
Partenaires pour l'investissement au Canada (PIC) 41, 44-46
Partenariat rural canadien 47
Partenariat technologique Canada (PTC) 12, 21, 22, 64, 87
Partenariats entre les secteurs public et privé 43
Passerelle d'information pour le consommateur canadien 13, 31, 38, 56
Passerelle de la biotechnologie 19
Patrimoine canadien 30, 48, 68, 70–72, 74
Pays du G-7 ..... 11, 18, 44
Pêches et Océans Canada 48, 70
Personnes âgées 72
Personnes handicapées 59
Petites entreprises 40, 46, 47, 61, 85, 86, 107
Petites et moyennes entreprises (PME) 1, 17-20, 22, 23, 29, 39, 46, 47, 51, 55, 63, 86, 87, 104
Plan d'affaires interactif 55
Police provinciale de l'Ontario (projet PhoneBusters) 67
Portaildesaffaires.ca 13, 20, 31, 55, 56
Postal Inspection Service des États-Unis 75
Postes Canada 71
PRECARN 64, 90
Premier ministre 3, 4
Premières nations 85
Principes directeurs de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales 43
Principes régissant la protection des consommateurs dans le commerce électronique 39
Produit intérieur brut (PIB) 6-8, 18, 40, 48

Programme d'accès communautaire (PAC) 4, 85
Programme d'aide au secteur du bénévolat (VolNet) 86
Programme d'apprentissage et de formation relatif au commerce électronique 88
Programme d'assurance-prêt pour les entreprises autochtones 85
Programme de développement des applications avancées (PDAA) 88
Programme de développement des collectivités de l'Ontario 86
Programme de développement en leadership 59
Programme de développement industriel et régional (PDIR) 84
Programme de financement des petites entreprises du Canada 85
Programme de jumelage des sous-ministres avec les pays investisseurs prioritaires 43, 45
Programme de recrutement accéléré des Autochtones 59
Programme des travailleurs étrangers temporaires 43
Programme Infrastructure Canada 43
Programmes de A à Z 55
Programmes pour l'inforoute 85
Projet d'acquisition d'une expérience professionnelle du Programme des ordinateurs pour les écoles 74
Projet emploi jeunesse du Programme d'accès communautaire 74
Projet Emptor 72
Projet LearnCanada 27
Propriété intellectuelle 10, 14, 19, 20, 34, 36, 38, 43, 103
Protocole de Kyoto 43
Rapport de la Table ronde sur les possibilités des affaires électroniques canadiennes 10
Rapports ministériels sur le rendement 57
Rapports sur les plans et les priorités 57
Rassembler nos forces — Plan d'action du Canada pour les questions autochtones 84
Recherche-développement (R-D) 3, 4, 8, 18, 19, 21, 23, 32, 63, 64, 88, 89, 99
Recherche en matière de faillites 56
Recherche, technologie et innovation 12
Régie d'entreprise 33
Régime enregistré d'apprentissage personnel 4
Régions rurales 27, 47, 85, 86, 100, 104
Règlement sur la radiocommunication – Licences radio pour fins autres que la radiodiffusion 61
Règlement sur les projets pilotes visant la location-acquisition 61
Renseignements pour les consommateurs 12
Rescol 4, 73, 85
Réseau canadien pour l'avancement de la recherche, de l'industrie et de l'enseignement (CANARIE) 27, 30, 72, 88
Réseau des Centres de services aux entreprises du Canada (CSEC) 55
Réseau des entreprises canadiennes 12
Réseau des services aux entreprises autochtones 47
Réseau international de contrôle de la commercialisation 73
Réseau national du savoir 88
Réseaux commerciaux régionaux 51, 54
Réseaux de centres d'excellence (RCE) 63
Ressources naturelles Canada (RNCan) 41, 48, 68, 70, 71, 74
Salons de l'emploi axés sur l'équité en matière d'emploi 59
Salons de l'emploi organisés dans les universités 58
Santé Canada 68, 72, 74

Sciences et technologie (S-T) 1, 4, 20, 21
Secrétariat du Conseil du Trésor (SCT) 58
Secrétariat rural 72
Secteur bénévole 86
Secteur du bénévolat 27
Secteurs d'investissement prioritaires 41
Senior Citizens Secretariat 72
Service Canada 54, 55
Service canadien de renseignements criminels 74
Service de police de Toronto 75
Services de recherche de noms sur l'insolvabilité du Bureau du surintendant des faillites 55
Services juridiques d'Industrie Canada 14
Société canadienne d'hypothèques et de logement 48, 70
Société d'expansion du Cap-Breton 1
Société pour l'expansion des exportations (SEE) 48, 70
Sociétés d'aide au développement des collectivités 47, 86
Sociétés de financement autonomes appartenant à des Autochtones 84
Solliciteur général du Canada 66, 68
SourceCAN 28, 53
Sources de financement 12, 31, 56
Spectre des fréquences radioélectriques 27, 55
Spectre, technologies de l'information et télécommunications 33
Statistique Canada 1, 40, 48, 68, 70
Statistiques relatives à l'industrie canadienne 12
Stratégie canadienne de normalisation 37
Stratégie canadienne de partenariat en biotechnologie 64
Stratégie canadienne du contenu culturel numérique 30
Stratégie canadienne en matière de biotechnologie (SCB) 19
Stratégie canadienne sur le commerce électronique 88
Stratégie d'information financière 57
Stratégie de développement durable 11, 61
Stratégie de promotion du commerce international 48
Stratégie emploi jeunesse (SEJ) 74, 86
Stratégie nationale de mise en œuvre sur le changement climatique 64
Stratégie visant la sécurité dans Internet 74
Strategis 12, 13, 30, 56
Suède 24
Système d'aide au démarrage d'une entreprise 31, 55, 56
Système d'enregistrement des lobbyistes 56
Système de gestion environnementale 65
Système informatisé pour la recherche de dénominations sociales et de marques de commerce (NUANS) 56
Technologies de l'information et des communications (TIC) 6, 8, 24, 27, 28, 41, 52, 63, 73, 85, 88
Toronto Strategic Partnership 75
Transports Canada 48, 70, 71
Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC) 48, 68, 70
Tribunal de la concurrence 1, 35
Union européenne 73